

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MANAGEMENTU

Spokojenost obyvatel Vsetína se sportovním vyžitím ve městě

Satisfaction Vsetins Inhabitants with Sports Facilities in Town

Student: Bc. Barbora Muchová

Vedoucí diplomové práce: Ing. Martina Steinová, Ph.D.

Ostrava 2010

Prohlášení

„Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou diplomovou práci, včetně všech příloh, vypracovala samostatně“.

V Ostravě dne

.....

Barbora Muchová

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala své vedoucí diplomové práce, Ing. Martině Steinové, Ph.D., za ochotnou pomoc a cenné rady a připomínky, které mi pomohly při zpracování. Mé poděkování patří rovněž všem ostatním, kteří mi jakkoliv pomohli, hlavně však rodině a přátelům.

Obsah

ÚVOD	3
1 CHARAKTERISTIKA PROSTŘEDÍ	4
1.1 Město Vsetín	4
1.2 Obyvatelstvo	6
1.3 Sportovní vyžití	7
1.3.1 Sportovní oddíly a kurzy	7
1.3.2 Sportoviště	12
1.3.3 Sportovní akce	14
1.3.4 Návštěvníci sportovišť	14
1.3.5 Konkurence	15
1.3.6 SWOT analýza	15
2 TEORETICKÁ VÝCHODISKA	17
2.1 Marketing ve sportu	17
2.1.1 Definice sportu	17
2.1.2 Pojem sportovní marketing	17
2.2 Marketing služeb	18
2.2.1 Charakteristika služeb	18
2.2.2 Vlastnosti služeb	18
2.2.3 Kvalita služeb	19
2.3 Spokojenost a hodnoty zákazníka	20
2.3.1 Spokojenost	20
2.3.2 Hodnoty a loajalita	22
2.4 Stavby spokojenosti a požadavky zákazníka	24
2.5 Marketingový výzkum	26
2.5.1 Charakteristika marketingového výzkumu	26
2.5.2 Metody marketingového výzkumu	26
2.5.3 Techniky marketingového dotazování	27
3 METODIKA SBĚRU DAT	29
3.1 Přípravná fáze	29
3.1.1 Definování problému a cíle výzkumu	29
3.1.2 Plán marketingového výzkumu	29
3.1.3 Časový harmonogram	30

3.2 Realizační fáze	31
4 ANALÝZA SPOKOJENOSTI OBYVATEL	32
4.1 Výsledky výzkumu	32
4.2 Srovnání chybějících sportovišť	45
5 NÁVRHY A DOPORUČENÍ	47
5.1 Návrhy pro současné sportoviště	47
5.2 Návrhy nových sportovišť	50
5.3 Návrhy nových kurzů a oddílů	51
5.4 Návrhy nových sportovních akcí	52
5.5 Návrhy pro komunikaci	53
ZÁVĚR	54
Seznam použité literatury	55
Seznam zkratk	58
Prohlášení o využití výsledků diplomové práce	59
Seznam příloh	60

ÚVOD

Města prochází poslední dobou řadou změn. S měnícím se obrazem měst se vyvíjí i společnost, která je obývá. Životní styl lidí určuje její vývoj, a proto činnosti, které jsou provozovány ve volném čase, udávají směr, kterým se život následně ubírá. Trávení volného času by mělo přinášet požitky a zároveň by tyto činnosti měly přispívat k rozvoji osobnosti.

Nedílnou součástí moderní lidské společnosti a zdravého způsobu života se stal sport. Lidé se jím baví, uvolňují, zbavují stresu, fyzického a psychického napětí, které přináší dnešní uspěchaná doba.

Dnešní doba je přínosem řady novinek a inovací, nad kterými by předkové jen nevěřícně kroutili hlavou. Objevují se nové sportovní disciplíny a tradiční sportovní vybavení získává jiný design tak, aby uživateli přineslo ještě lepší sportovní zážitky.

Jelikož se od malička aktivně věnuji sportu, rozhodla jsem se mu věnovat i ve své diplomové práci. Má práce nese název *„Spokojenost obyvatel Vsetína se sportovním vyžitím ve městě“*. Zmíněné město jsem si vybrala proto, že jsem v něm vyrůstala, žiji, a tudíž jsem s tímto místem velice spjata. Dalším podmětem k výběru tématu byl také zájem o provedení marketingového výzkumu ze strany městského úřadu.

Cílem mé diplomové práce je zjistit, jaká je spokojenost obyvatel se sportovními možnostmi ve městě a také prozkoumat jejich požadavky na zlepšení sportovního vyžití. K dosažení tohoto cíle bude realizován marketingový výzkum pomocí dotazníkového šetření. Po vyhodnocení a analýze zjištěných výsledků z výzkumu se pokusím formulovat a navrhnout doporučení týkající se sportování ve Vsetíně.

1 CHARAKTERISTIKA PROSTŘEDÍ

Cílem této kapitoly je charakterizovat město Vsetín v souvislosti s danou problematikou. Zaměřila jsem se zde na základní informace o Vsetíně a na současné možnosti sportovního využití.

1.1 MĚSTO VSETÍN

Město Vsetín se nachází na východní Moravě, na úpatí Beskyd a Javorníků. Rozprostírá se v údolí Vsetínské Bečvy, která je přirozenou osou horské krajiny a město o rozloze 6 900 ha dělí na dvě části. Starší Horní Město vzniklo v období let 1297–1308 a leží v nadmořské výšce 383 m.n.m. Dolní město bylo založeno až v polovině 17. století a nachází se v nadmořské výšce 342 m.n.m. Obě části byly spojeny v roce 1849. [1]

Obr. 1.1: Městský znak Vsetína



Zdroj: [25]

Vývoj Vsetína byl z velké části ovlivněn rozmachem průmyslu. Velké zásoby v bukovo-jedlových lesích umožnily vznik továrny na sirky. V roce 1868 byly založeny sklárny a také světoznámá továrna na nábytek z ohýbaného dřeva firem Kohn a Thonet. V roce 1909 se stal Vsetín okresním městem a hospodářským rozmachem vzrůstal jeho význam. Město bylo napojeno s vnitrozemím na železniční síť, začaly se stavět školy, byty, nemocnice, elektrárny, vodovody a další vybavenosti. V roce 1937 zahájila provoz Zbrojovka – výroba tryskových stavů a rozbušek, kde našly práci tisíce lidí. Zbrojovka byla největší pýchou průmyslu na Valašsku až do poloviny 90. let, kdy se dostala do vážných ekonomických potíží. Jednou z největších současných

firem je TES Vsetín. Elektrotechnickou továrnu založil v roce 1919 muž přezdívaný Český Edison, Josef Soušedík. Po roce 1945 rozvoj firmy pokračoval pod názvem MEZ Vsetín. [1, 37]

Mezi nejvýznamnější dominanty města patří zámek ze 17. století s mohutnou věží. Renesanční zámek obklopený anglickým parkem nabízí zajímavé historické a výtvarné výstavy i expozice zaměřené na přírodu. Konají se tu přednášky a koncerty. Další hodnotnou architekturou je bývalý panský dvůr – Maštáliska z roku 1710. V budově Staré radnice se nachází galerie a budova Nové radnice dokresluje ráz historického jádra. Pod zámkem je k vidění římsko-katolický kostel Panny Marie, který byl původně šlechtické dílo. Významnými budovami jsou hvězdárna, Občanská záložna se sgrafity podle návrhů Mikoláše Alše. Na Dolním Městě se nachází řada uměleckých budov. [1, 37]

Obr. 1.2: Zámek Vsetín



Zdroj: [25]

Obr. 1.3: Maštáliska



Zdroj: [25]

Kulturu ve Vsetíně představují dva špičkové folklórní soubory Jasénka a Vsacan (oba patří k nejstarším v republice), ale také muzeum, galerie, dům kultury a další zařízení, které nabízejí celoročně programy. Za zmínku stojí Mezinárodní folklórní festival, Mezinárodní den turistiky a Valašské záření. Vsetínsko je vyhledávanou rekreační a turistickou oblastí. [1, 37]

V posledních letech se tvář Vsetína proměňuje k lepšímu. A to i díky tomu, že v získávání prostředků z fondů Evropské unie patří k nejúspěšnějším městům v České republice. Příkladem úspěšného projektu podpořeného Evropskou unií je vsetínská knihovna, Koordinační a informační centrum, rozsáhlé logistické

centrum na zpracování odpadů, ale také oprava budovy Maštaliska, kde vznikl Podnikatelský inkubátor, jehož cílem je pomáhat malým a středním podnikatelům při zakládání firmy. Prostředky Evropské unie napomáhají i při řešení dopravních problémů nebo při rozšiřování cyklostezek. Vsetín však nespočítá jen na evropské peníze. Důkazem je řada dalších úspěšných akcí, např. projekt Zdravé město nebo regenerace panelových sídlišť. [37]

Vsetín se řadí k významným střediskům východní Moravy. K přednostem města patří trvalé zvyšování a zkvalitňování ekonomické základny, rozvoj potenciálu lidských zdrojů a způsobilost města prezentovat svou připravenost k udržitelnému rozvoji. Mezi rozvojové aktivity města patří především Plán zdraví a kvalita, studie demografického vývoje obyvatel, dokumenty typu Balanced Score Card, rozsáhlá projektová příprava v oboru dopravy, apod. Pro období let 2007–2013 jsou definovány cíle, které vedou k posílení významu pro oblast Valašska. Mezi hlavní cíle patří např. zvýšení atraktivnosti města (zejména pro mladé obyvatele), zvýšení přitažlivosti města a jeho území pro turisty a návštěvníky, zlepšení přitažlivosti pro příliv kapitálu atd. [25]

1.2 OBYVATELSTVO

Věkové složení obyvatel Vsetína je k 31. 12. 2008 podle ČSÚ celkem 27 759, z toho mužů je 13 240 a žen 14 519. V následujících tabulkách je uveden jak celkový přehled počtu obyvatel Vsetína podle pohlaví, tak i počet obyvatel ve věkové kategorii od 15 do 64 let.

Tab. 1.1: Věkové složení obyvatel v okresním městě Vsetíně k 31. 12. 2008

Počet obyvatel (stav k 31. 12. 2008)		
Muži	Ženy	Celkem
13 240 (48 %)	14 519 (52 %)	27 759

Zdroj: [15], upraveno autorem

Tab. 1.2: Věkové složení obyvatel v okresním městě Vsetíně k 31. 12. 2008 ve věkové kategorii od 15 do 64 let

Počet obyvatel (stav k 31. 12. 2008)		
Muži	Ženy	Celkem
9 593 (48,7 %)	10 117 (51,3 %)	19 710

Zdroj: [15], upraveno autorem

1.3 SPORTOVNÍ VYŽITÍ

1.3.1 Sportovní oddíly a kurzy

Badminton

- **SK BADMINTON Vsetín o. s.** – sportovní klub badmintonu provozuje svou činnost na rekreační úrovni. Věnuje se především mládeži.

Biatlon

- **Klub biatlonu Bobrky** – klub je zaměřen na zimní i letní biatlon.

Cyklistika

- **Sportovní klub EDIE team Vsetín** – klub vznikl na počátku 90. let. Sportovní klub nabízí talentované mládeži pravidelně trénovat v tomto sportovním odvětví a účastnit se kvalitních závodů. Klub je pořadatelem již tradičního závodu na horských kolech pro širokou sportovní veřejnost, který nese jméno „Valašský pohár MTB mládeže“. Účastní se ho závodníci ze všech koutů Moravy, ale také Slovenska, Polska a Čech. Součet závodníků během celého seriálu se pohybuje okolo patnácti set.

Fotbal

- **FC Semetín** – fotbalový klub byl založen v roce 1968. V současné době oddíl kopané hraje IV. třídu okresní soutěže a usiluje o ztracené pozice v okresním přeboru. Má 84 členů, z nichž aktivně hrajících je momentálně 28. Mládežnické družstvo v současné době v klubu nepůsobí.

- **FC Vsetín** – historie klubu začíná v roce 1905, kdy vznikl fotbalový klub Vsetín. Nový FC Vsetín vznikl v roce 1997. V letech 2007/2008 nahlédl do devize a po roční působnosti sestoupil zpět do krajského přeboru. Klub se věnuje i práci s mládeží, jejíž dorostenecká a žákovská mužstva se dobře zabydlela v krajských soutěžích.

Hasičský sport

- **Sbor dobrovolných hasičů Jasenka** – je zaměřený na předcházení požárů, likvidaci požárů a jiných havárií, výchovu mládeže, organizace vzdělávacích, kulturních a sportovních akcí.
- **Sbor dobrovolných hasičů Vsetín – Rokytnice** – sbor dobrovolných hasičů se zaměřuje na předcházení a likvidaci požárů a jiných havárií, výchovu mládeže, organizuje kulturní, vzdělávací a sportovní akce.

Hokej

- **Valašský hokejový klub o. s.** – první zmínky o vzniku vsetínského hokeje jsou z let 1904, kdy byl založený „Ledový klub“. Novodobá historie klubu se začala psát v sezóně 1986/1987, kdy mužstvo Vsetína postoupilo z krajského přeboru do II. NHL, kterou v roce 1993/1994 suverénně vyhrálo a zajistilo tak pro Vsetín hokejovou extraligu. V extralize působil do roku 2006/2007, kdy během působení byl šestinásobným mistrem. V současné době hraje 2. ligu. Kromě mužů v klubu působí také mládež – junioři, starší dorost, mladší dorost a žáci třetí až osmé třídy ZŠ.
- **Hokejový klub Vsetín – ženy** – dívčí hokej se ve Vsetíně rozběhl v sezóně 1993/1994. Sdružení má přes 30 členek, z nichž je více jak polovina dětí a mládeže do 18 let.

Hokejbal

- **Hokejbalový klub Vsetín** – jedná se o poměrně mladý oddíl, který byl založený v roce 1997. V klubu působí muži, starší dorost, mladší a starší žáci.

Horolezectví

- **Občanské sdružení 155. horolezecký oddíl** – vsetínský horolezecký oddíl se zaměřuje na všestranný rozvoj horolezeckého sportu. Oddíl má přes 60 členů. Jejich aktivity spočívají od lezení na skalkách, přes horolezectví, skialpinismus, enduro, potápění až divokou vodu.

Judo

- **JUDO Vsetín** – klub byl založen v roce 1957 při TJ Spartak Vsetín. Nejprve se oddíl zaměřoval na bojové umění jiu-jitsu. Oddíl se prezentuje dvěma soutěžemi ročně, letním soustředěním a ukázkami na akcích pořádanými různými institucemi.

Karate

- **Sportovní klub policie Vsetín** – karate pro děti a mládež. Klub je zaměřen na tradiční karate, aikido, lukostřelbu, judo, plavání a florbal.

Kuželky

- **Občanské sdružení Pro kuželky Vsetín** – sdružení se zabývá přípravou hráčů Valašské ligy neregistrovaných hráčů.

Lyžování

- **SK Blizzard Vsetín** – sportovní klub, který se zaměřuje na rekreační a závodní lyžování, jízdu na kolečkových bruslích, bruslení, cykloturistiku, florbal, relaxační plavání, atletické cvičení.
- **Ski klub MEZ Vsetín** – zaměřuje se na rekreační a závodní lyžování a pořádání lyžařských závodů. Má přes 80 členů, kteří se účastní krajských, republikových a FIS závodů.
- **SKI TEAM VSETÍN** – sportovní činnost teamu patří mládeži. Kromě sjezdového lyžování se věnuje i horským kolům.

Orientační běh

- **ORIENTKLUB Vsetín** – klub vznikl v roce 1992. O deset let později rozšířil svou činnost o kopanou, tím že převzal pod svá křídla amatérský spolek

fotbalistů AC Centrum Vsetín. V roce 2003 přišlo další rozšíření, ke kopané a orientačnímu běhu přibyl běh na lyžích. V současnosti má klub v obou oddílech 90 členů.

- **Sportovní klub KOBRA Vsetín** – zabývá se především orientačním během dětí a mládeže.

Minigolf

- **Mini Golf Club Vsetín**

Nohejbal

- **Nohejbal klub Vsetín** – klub vznikl v roce 1998. Jedná se o amatérský klub, který má 127 členů. Skládá se ze tří týmů mužů, z nichž tým A hraje první ligu, tým B druhou ligu a tým C hraje v krajském přeboru. Dorostenci se účastní Moravské ligy dorostu a starší a mladší žáci se účastní Moravské ligy žáků.

Racketlon

- **Racketlon klub Vsetín, o. s.**

Skateboarding

- **Skate klub Vsetín** – klub se zaměřením na skateboarding a kolečkové sporty.

Snowboarding

- **SNOWBOARD TEAM JASENKA** – team se snaží o rozvoj a podporu snowboardingu a freeskiingu a to zejména u mládeže.

Squash

- **Sportovní klub Squash v Pohodě** – založení klubu se píše k roku 2002. V oddíle je okolo 30 členů. Od roku 2003 hraje 3 ligu. V roce 2009 se podařilo postoupit do 2. ligy a tak nyní v oddíle působí dvě družstva. Tým „A“ hrající 2. ligu a tým „B“ hrající 3. ligu. Klub se věnuje především výchově mládeže ve věku od 9 do 18 let. Členové klubu se individuálně zúčastňují

squashových turnajů vypisovaných ČASQ. Součástí oddílu je organizování turnajů pro amatérské hráče squashe.

Tělovýchovné jednoty

- **Tělovýchovná jednota ALCEDO Vsetín** – oddíl je zaměřen na sportovní činnost mládeže – základní a výkonnostní plavání, plavecké přebory.
- **Tělovýchovná jednota MEZ Vsetín** – při tělovýchovné jednotě působí oddíl tenisu, stolního tenisu, šachu a florbal.
- **Tělovýchovná jednota SOKOL Vsetín** – vsetínský Sokol byl založen v roce 1893. V současné době k němu spadají sportovní oddíly: sportovní gymnastika, tanec, volejbal, běžecké lyžování, stolní tenis.
- **Tělovýchovná jednota Zbrojovka Vsetín** – oddíly působící při tělovýchovné jednotě: basketbal, házená, horolezectví, kulturistika, kuželky, lyžování, orientační běh, šachy, tenis, turistika, volejbal. V současné době v těchto oddílech sportuje 923 členů, kteří jsou amatéři, nebo se věnují sportu rekreačně.

Volejbal

- **VK AUSTIN Vsetín** – klub vznikl v letech 1953, kdy došlo k rozdělení TJ na TJ Spartak Zbrojovka a TJ Spartak MEZ. Nynější název nese klub od roku 1998. V současné době má oddíl 94 registrovaných hráčů, které má družstvo přípravky děvčat a chlapců, družstvo žaček, družstvo juniorek a juniorů, družstvo mužů a žen a družstvo žen „B“. Družstva dospělých i mládeže hrají soutěže krajské úrovně. Oddíl pořádá pravidelně noční turnaj na antuce a je spolupořadatelem Mezinárodního turnaje dorostenek.
- **Volejbalový klub MEZ Vsetín** – vznik klubu se datuje k roku 1991, kdy převzal činnost oddílu volejbalu v TJ MEZ Vsetín. V současné době má 66 členů. V soutěži jsou nyní dvě družstva mužů.

Yachting

- **Yacht Club Mez Vsetín** – byl založen roku 1953, ale patřil pod Zlín a sekci Kroměříž. Od roku 2001 se píše nová historie, kdy klub začal spadat

do jachtingu Zlínského kraje. V současnosti má 32 členů. Klub je nyní na pozici nejsilnějšího klubu ve Zlínském kraji.

Obyvatelé města mohou kromě výše uvedených organizací navštěvovat i sportovní kurzy ve středisku volného času Alcedo. Nabídka pro děti je širší než pro dospělé. Dětem jsou v Alcedu určeny taneční kurzy (moderní, scénický, orientální, hip hop a valašské tance), florbal, basketball, lakros, fresbee, ringo, plavání, aikido, tradiční karate, lyžařská a snowboardová škola. Pro dospělé orientální tance, cvičení na gymnastických míčích, aquaerobic, aikido a tradiční karate. V Domě kultury Vsetín probíhají kurzy: Pilates, Salsa a PortDeBras. Zimní stadion nabízí kurz bruslení.

Kromě kurzů doplňují sportovní nabídku cvičení, ve kterých není nutná pravidelná účast. Jedná se např. o aerobic, kick box, pilates, tae-bo, power jóga, bodystyling, spinning aj. [13, 14, 25]

1.3.2 Sportoviště

Tab. 1.3: Druhy a počty sportovních zařízení

Druh sportovního zařízení	Počet
Koupaliště a bazény/z toho kryté bazény	4/1
Hřiště (s provozovatelem nebo správcem)	30
Tělocvičny (včetně školních)	13
Stadiony otevřené	2
Stadiony kryté	1
Zimní stadiony kryté i otevřené	1
Ostatní zařízení pro tělovýchovu (s provozovatelem nebo správcem)	5
Celkem	57

Zdroj: [36], upraveno autorem

- **Městské lázně Vsetín** – nachází se zde krytý bazén o délce 25 m, 98 m dlouhý tobogán, dětské brouzdaliště, relaxační bazén s podvodní masážní lavicí, dětský bazén a whirlpool. Venku je bazén o velikosti 18 × 14 m s přírodním relaxačním areálem. Do bazénu je bezbariérový přístup. Součástí nabídky Městských lázní Vsetín je sauna a vodoléčba.

- **Sport centrum Bobrky** – v budově sportovního centra se nachází dvě squashové hřiště, dvě hřiště na tenis, fitness club a hřiště na footsal nebo florbal.
- **Squash centrum Pohoda** – centrum nabízí dvě squashové hřiště.
- **Fitness centrum Kohútek Vsetín** – v centru se kromě posilovny nachází tělocvična, ve které probíhá cvičení aerobiku, kick boxu a pilatesu. Dá se využít také ke hře badmintonu. Dále je zde hřiště na ricochet, schwinn cycling, solná jeskyně a sauna.
- **Fitness club Relax** – kromě posilovny můžou návštěvníci využít hodin spinningu.
- **Lyžařské areál Jasenka** – lyžařský areál se nachází 2,5 km od centra Vsetína. Leží v nadmořské výšce 425 m.n.m. Nabízí 4 vleky, 8 sjezdovek o celkové délce 2,5 km, včetně sjezdovky pro snowboardisty. K dispozici jsou čtyři sněžná děla a rolba. Areál je uměle osvětlován.
- **Cyklostezky** – Vsetínem prochází jedna ze známých cyklostezek, která je součástí tzv. první „cyklodálnice“ C1 a to Cyklostezka Bečva. Komunikace je určena především pro cyklisty, ale v některých úsecích si přijdou na své i in-line bruslaři. V zimě se některé části upravují strojově a slouží pro běžecké lyžování. Vede přes dva kraje, Zlínský a Olomoucký a dá se projet více než 141 km po značené cyklotrase, která vede podél řeky Bečvy. V okolí Vsetína najdeme také pět značených okruhů pro horská kola.

Obr. 1.4: Cyklostezka Bečva - logo



Zdroj: [29]

Kromě vybraných sportovních center je ve Vsetíně také řada tělocvičen a sálů, kde se nachází lezecká stěna a které slouží pro hru basketbalu, házené, volejbalu, florbalu, tenisu, apod., dále zrcadlový sál, fotbalové hřiště, ledová plocha, venkovní volejbalové a tenisové hřiště, hřiště na plážový volejbal, skate park, hřiště s lanovým prvkem a hřiště na hokejbal. [25, 33]

1.3.3 Sportovní akce

Sport ke Vsetínu neodmyslitelně patří stejně jako sportovní přehlídky, závody či přátelská utkání. Největší nabídku v kalendáři akcí najdeme od Vsetínské sportovní společnosti. Společnost se zabývá pořádáním sportovních akcí pro školy a veřejnost. Mezi akcemi najdeme např. Tříkrálový míčový turnaj, diskotéku na ledě, Hokejbal proti drogám, Velikonoční halový turnaj, skate odpoledne, futsalovou ligu, In-line průjezd Vsetínem, Týden mobility – odpoledne na koloběžkách a olympiádu pro tělesně postižené děti. Druhou nejpočetnější nabídku sportovních akcí má TJ Sokol Vsetín – závody ve sportovní gymnastice, odbíjená – turnaj smíšených družstev, Běh naděje, Taneční koktejl, Sokolení. Valašský sportovní klub pořádá dvě cyklistické akce, Po stopách vsetínské ovce – Makadam tour, kdy se letos uskuteční 6. ročník a 16. ročník cyklistického závodu Valašská 50. Dům dětí a mládeže Alcedo připravilo lyžování pro předškoláky a IV. Vsetínský cykloden. Mezi nabídkou motoristických akcí nalezneme Valašskou rally – Mezinárodní mistrovství ČR v rally, XIII. Internext cross country rally, Würth Partr rally. V zimním období se koná tradiční akce 50 km na lyžích po Valašsku, která je organizována již po dobu 36 let. Za zmínku stojí také konání letos 3. ročníku horského maratónu Valachiarun, jehož součástí jsou i štafetové závody družstev a závody v běhu pro děti a další běžecký závod s názvem Atletico 3D Run. V nepolední řadě je to také každoroční akce, která nese název Den zdraví a pohybu. [26]

1.3.4 Návštěvníci sportovišť

Většina sportovišť a oddílů ve Vsetíně je primárně určena k využívání a navštěvování místními občany, kteří opakovaně sport vyhledávají a jsou

hlavními hodnotiteli sportovišť a oddílů. Také určitý podíl na využívání některých sportovních zařízení mají rekreaanti.

1.3.5 Konkurence

Vzhledem k tomu, že ve Vsetíně chybí velký bazén, vyjíždí obyvatelé plavat do bazénu ve Zlíně a do nově vybudovaného bazénu ve Valašském Meziříčí, kde se nachází více atrakcí pro děti. Tenisté mohou využívat kvalitní a cenově výhodnější kurty v nedaleké obci Hovězí. Také obce Valašská Polanka a Horní Lideč nabízí kvalitní a cenově přijatelnější sportovní zázemí. Během zimy vyráží Vsetínští lyžaři do nedalekých Velkých Karlovic, kde se nachází 8 lyžařských areálů a do ostatních míst v České republice, na Slovensku, atd.

1.3.6 SWOT analýza

Zdrojem pro zpracování SWOT analýzy je internet, články v novinách, konzultace se zástupci města.

Silné stránky:

- dobrá dopravní dostupnost,
- vysoce kvalifikovaný a vzdělaný personál,
- správní centrum mikroregionu Valašsko – Horní Vsacko,
- část města je součástí CHKO Beskydy,
- bohatá lidová tradice,
- pestrý kulturní život,
- dobrá kvalita životního prostředí,
- aktivní a silný neziskový sektor,
- kvalitní přírodní potenciál pro rozvoj cestovního ruchu,
- zajímavá turistická místa v blízkém okolí,
- velký potenciál pro sportovní aktivity,
- dostatek lůžkových kapacit ubytovacích zařízení.

Slabé stránky:

- kopcovitý terén – ztížené podmínky pro výstavbu velkých sportovišť (např. golfové hřiště),
- nekvalitní či chybějící infrastruktura v oblasti sportu,
- málo luxusních ubytovacích zařízení,
- sezónnost v cestovním ruchu.

Příležitosti:

- pořádání speciálních netradičních sportovních akcí a s tím spojená větší nabídka netradičních sportů,
- výhodná pozice města pro realizaci přeshraniční spolupráce,
- využívání grantů a hospodářské pomoci z Evropské unie,
- propagace města jako místa ke sportovní relaxaci,
- využití vodních zdrojů pro vodní sporty,
- atraktivita prostředí pro cestovní ruch.

Ohrožení:

- nepříznivé klimatické podmínky – nižší návštěvnost venkovních sportovišť při špatném počasí,
- zhoršování stavu infrastruktury pro volnočasové aktivity,
- nevyhovující stav sportovišť,
- špatná ekonomická situace v České republice,
- stárnutí obyvatelstva,
- nepřizpůsobivost poptávce klientů,
- zpřísnění hygienických norem,
- nízká kvalita služeb v cestovním ruchu.

2 TEORETICKÁ VÝCHODISKA

Tato kapitola je zaměřena teoreticky a slouží jako základ pro praktickou část diplomové práce. Je orientována na marketing ve sportu, marketing služeb, spokojenost zákazníků a marketingový výzkum.

2.1 MARKETING VE SPORTU

2.1.1 Definice sportu

Sport provází lidskou společnost už od pradávna. V současné době se stal pozoruhodným společenským fenoménem. K jeho rozvoji v současnosti přispěla celá řada faktorů. Je zaznamenán výrazný nárůst výroby produktů, které se vztahují ke sportu, prudký rozvoj služeb v oblasti sportu, ale také výrazný nárůst nových druhů sportů. Sportovním aktivitám se věnují lidé různého věkového i sociálního složení. [2]

2.1.2 Pojem sportovní marketing

Pro přesné stanovení marketingu by jsme našli mnoho definic. Všechny se však shodnou v tom, že je marketing nepostradatelnou součástí úspěšného fungování organizace spočívající v uspokojování potřeb zákazníků. „Marketing je společenský a řídicí proces, kterým jednotlivci a skupiny získávají to, co potřebují a požadují, prostřednictvím tvorby, nabídky a směny hodnotných výrobků s ostatními“. [6, s. 4]

„Definovat pojem „sportovní marketing“ znamená postihnout v jednom obě komponenty, marketing a sport, a přitom vycházet z obecné definice marketingu“. [2, s. 5]. Sportovní marketing poskytuje sportovním organizacím sestavit nabídku sportovního produktu, řídit ji v souladu s požadavky trhu a k tomuto účelu vybrat systém nástrojů, pomocí kterých lze dosáhnout stanovených cílů. [2]

2.2 MARKETING SLUŽEB

2.2.1 Charakteristika služeb

„Služba je jakákoliv činnost nebo výhoda, kterou jedna strana může nabídnout druhé straně, je v zásadě nehmotná a jejím výsledkem není vlastnictví. Produkce služby může, ale nemusí být spojena s hmotným produktem“. [12, s. 13]

Služby jsou většinou nehmotné povahy a jsou uskutečňovány formou realizace určitých činností nebo užitků, díky kterým příjemce nebo nabyvatel získává určitou výhodu. [5]

Sektor služeb je rozsáhlý a nejvíce je jich poskytováno ze strany státu. Jedná se o vzdělání, zdravotní služby nebo bezpečnost. Dalším poskytovatelem služeb jsou neziskové organizace, které nevznikají pro účel dosahování zisku. V neposlední řadě poskytuje služby podnikatelský sektor. Za poskytnuté služby očekává přiměřený zisk. [12]

2.2.2 Vlastnosti služeb

Každá služba je charakteristická svou vlastností, kterou se odlišuje od jiných výrobních produktů. Mezi základní vlastnosti služeb patří [12]:

- **Nehmotnost** – nejcharakterističtější vlastnost od které se odvíjí další vlastnosti. Čistou službu, na rozdíl od fyzických produktů, nelze zhodnotit žádným fyzickým smyslem. Službu nelze vystavovat ani nejde poskytovat vzorky. Zákazník nemá možnost posoudit službu pomocí hmatu, čichu či chuti jako u hmotného výrobku.
- **Neoddělitelnost služeb od producenta služeb** – služba je produkována v přítomnosti zákazníka, to znamená, že se zákazník zúčastní poskytované služby, je tedy neoddělitelnou součástí její produkce. Výrobce služby a zákazník se musí setkat v místě a v čase tak, aby výhoda, kterou zákazník získává poskytnutím služby, mohla být realizována.

- **Heterogenita** – souvisí především se standardem kvality služby. V procesu poskytování služeb jsou přítomni lidé, zákazníci a poskytovatelé služeb. Chování těchto subjektů jde jen obtížně předvídat. V případě zákazníků je těžké stanovit určité normy chování. Poskytnutí jedné a tentýž služby ve stejné společnosti se může lišit. Dokonce i jeden a ten samý člověk může v jeden den poskytnout jinou úroveň kvality dané služby.
- **Zničitelnost služby** – služby nelze skladovat, uchovávat, znovu prodávat nebo vracet. Službu, která není prodána v čase, kdy je nabízena, nelze skladovat na později. Pro daný okamžik je tedy ztracená. Neznamená to však, že se špatně poskytnuté služby nedají reklamovat. V některých případech může být nekvalitní služba nahrazena poskytnutím jiné, kvalitní.
- **Nemožnost vlastnit službu** – službu není možné vlastnit, protože je nehmotná a zničitelná. V případě nákupu služby zákazník službu nevlastní, jako by tomu bylo u zboží, ale pouze si kupuje právo na poskytnutí služby. V případě, že službu nelze vlastnit, tak distribuční kanály, prostřednictvím kterých se služba dostává k zákazníkovi, jsou přímé nebo velmi krátké.

2.2.3 Kvalita služeb

S rostoucími nároky spotřebitelů neustále roste význam kvality služeb. Kvalitu můžeme chápat jako rozdíl mezi očekáváním zákazníka se zkušeností a s poskytnutím určité verze služby, tedy s tím, jak ji zákazník vnímá.

Hodnocení kvality služeb se provádí pomocí výzkumu z názorů zákazníků, realizovaného běžnými metodami primárního výzkumu. Nejčastější formou je dotazování. Je možné využít i pozorování. Je vhodné při provádění výzkumu kvality služeb konkrétní organizace ji porovnat s hodnocením kvality služeb u konkurenčních firem. Další metodou hodnocení je metoda SERVQUAL. Tato metoda je nejvíce propracovanou metodou hodnocení kvality služeb, jelikož umožňuje hodnotit různé prvky kvality. [12]

2.3 SPOKOJENOST A HODNOTY ZÁKAZNÍKA

2.3.1 Spokojenost

Spokojenost u zákazníka je stav, kdy je šťastný, že odstranil nedostatek a byl zároveň také uspokojen jeho kupní motiv. Jsou lidé, kteří nejsou nikdy s ničím spokojeni, naopak jiní jsou nenároční a spokojeni téměř vždy a se vším.

Ve většině případů mají zákazníci konkrétní představu o tom, jak má služba nebo výrobek vypadat a jakým způsobem jim má být zprostředkována. Také mají s poskytováním příslušné služby již zkušenosti z předchozího využití. Tyto zkušenosti ovlivňují každé jejich další chování. Důležitý faktor, který spokojenost ovlivňuje, je cena. Její plná výše znamená pro zákazníka zásadní dostupnost či nedostupnost služby nebo hranici, za kterou z mnoha důvodů jít nechce. Nejde jen o to, jak na službu nebo výrobek nahlíží přímo sám zákazník, ale také o to, jak ji zhodnotí či využijí děti, manželka, rodiče, partner, přátelé, atd. [9]

Spokojenost se dá sledovat obecně, na firemní úrovni, ale také na nadpodnikové úrovni. Pro obecné důvody je typickým rysem rostoucí konkurence, a tudíž tlak na ceny. Firmy v této situaci musí věnovat zvýšenou pozornost stávajícím zákazníkům. Důvody na firemní úrovni jsou spojeny se skutečností, že spokojenost zákazníků má dopad na finanční výsledky firmy. Spokojený zákazník má sklon k opakovaným nákupům. Takovýmto počínáním projevuje větší tendenci k věrnosti, je méně cenově citlivý a šíří své pozitivní zkušenosti svým známým. Důvody na nadpodnikové úrovni se stávají také důležitými při sledování spokojenosti zákazníka, neboť je nutné znát informace o celkové úrovni spokojenosti zákazníků s výrobky a službami poskytovanými na daném území. [4]

Abraham Maslow sestavil teorii pyramidy potřeb, která je založena na dvou základních předpokladech [9]:

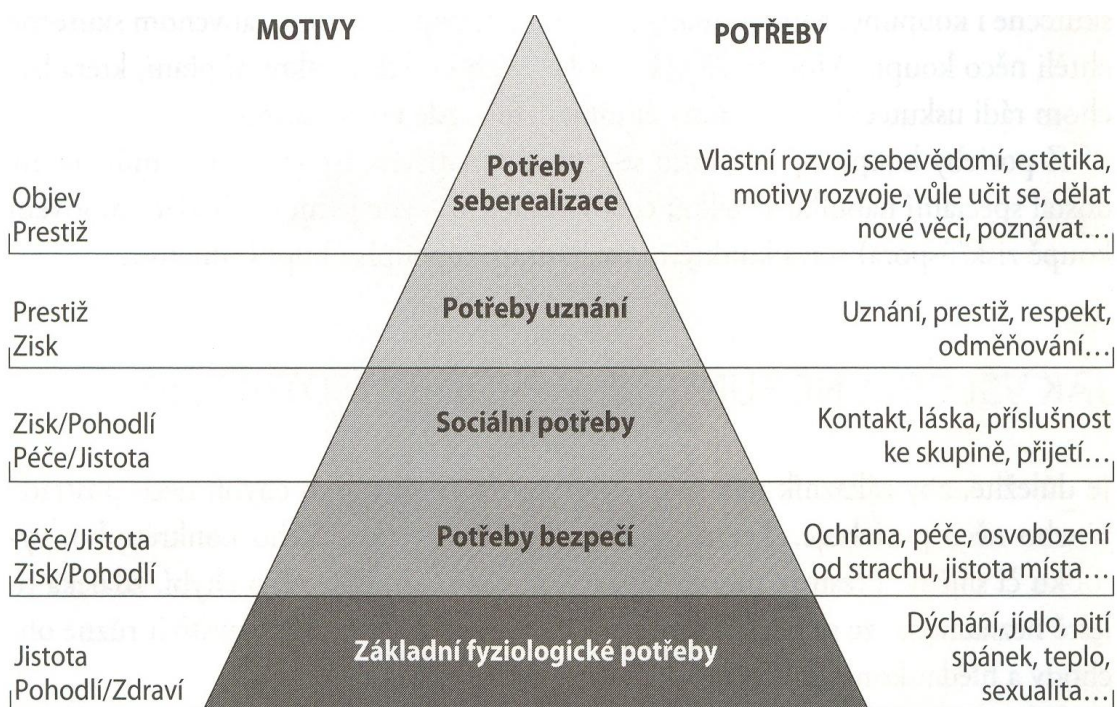
- Člověk je pořád nespokojený a jeho potřeby se vytvářejí od toho, co již má. Potřeba, která je u zákazníka uspokojená, už pro něj není

motivátorem. Poskytovatel služby tak musí hledat další možnosti upokojení potřeb zákazníka.

- Potřeby se dají řadit hierarchicky. Uspokojením jedné potřeby se objeví potřeba druhá, která obvykle zajišťuje další, vyšší stupeň kvality života.

Maslowova pyramida vychází z toho, že každý člověk má konkrétní potřeby, které nejsou uspokojeny, a proto vždy pociťuje určitou nespokojenost se svojí momentální situací. [9]

Obr. 2.1: Maslowova pyramida potřeb



Zdroj: [9]

Podle Maslowa musí být nejdříve uspokojeny základní fyziologické potřeby, (především ty fyzické jako je dýchání, jídlo, pití, spánek, teplo, atd.), aby člověk pociťoval určitou jistotu. Neuspokojením těchto základních potřeb může docházet k velkému napětí a ke konfliktům.

Další úroveň Maslowovy pyramidy je potřeba bezpečí. Zabývá se pocitem jistoty a odstraněním nejistoty, anebo nebezpečí. Mnoho lidí má skryté obavy a je pro ně důležité mít záruku, která by je tohoto strachu zbavila, nebo ho alespoň zmírnila.

Ve třetí úrovni se shledáváme se sociálními potřebami. Potřeba mezilidských vztahů, lásky, nákladnosti a skupinové sounáležitosti jsou pro ni charakteristickými. Lidé se starají o jiné a rádi by, aby se v případě potřeby o ně postarali, nebo alespoň projevili o ně zájem ostatní lidé. Člověk touží po lásce a náklonnosti lidí okolo sebe.

Čtvrtá úroveň je pro mnoho lidí velmi důležitou. Jedná se o potřebu uznání. Lidé si přejí, aby je jiní uznávali, respektovali. Aby v očích druhých byli viděni jako důležité osobnosti, pro které je často prestiž a společenské uznání důležitější než mzda, kterou dostávají. Jsou rychle rozpoznatelní od ostatních lidí. Většinou nakupují jen to nejdražší a nejlepší. U těchto lidí je kupním motivem uznání/prestiž.

Na nejvyšším stupni se v Maslowově pyramidě nacházejí potřeby seberealizace. Hodně lidí ani této úrovni nedosáhne. Dochází k tomu v případě, že nebudou uspokojeny potřeby na nižších úrovních pyramidy. Člověk pociťuje nejistotu a sám se sebou není spokojen. [9]

2.3.2 Hodnoty a loajalita

Hodnota pro zákazníky představuje rozdíl mezi hodnotou získanou užíváním služby a náklady, které musí vynaložit, aby mu služba byla poskytnuta. Zákazník při rozhodování o koupi služby bere v úvahu užitek z dané služby

a finanční prostředky, ale také psychickou zátěž a námahu, která je spojená s využitím dané služby. [5]

„Pojem „loajalita zákazníka“ je definován jako způsob chování zákazníka, projevující se na trhu zejména dvěma důsledky: opakovanými objednávkami a pozitivními referencemi do okolí“. [8, s. 65]

2.4 STAVY SPOKOJENOSTI A POŽADAVKY ZÁKAZNÍKA

V závislosti na charakteru zákaznickova uspokojení lze rozdělit stavy spokojenosti na [8]:

- **Potěšení zákazníka**, je vystiženo tím, že vnímaná realita a poskytnutá hodnota produktu převyšuje původní představy a očekávání zákazníka. Zákazník je více než spokojen s tím, co dostal. Jeho potřeby a očekávání byly skutečně překonány.
- **Plná** respektive **naprostá spokojenost zákazníka**, úplná shoda mezi tím, co zákazník očekával před tím, než produkt získal a zjištění po jeho obdržení. Všechny potřeby a přání zákazníka byly nákupem a užíváním produktu uspokojena.
- **Limitovaná spokojenost** vnímaná realita už není totožná s původní požadavky zákazníka. Zákazník může být sice od určité míry spokojen, ale v podstatě je jeho spokojenost nižší než v předchozích dvou stavech.

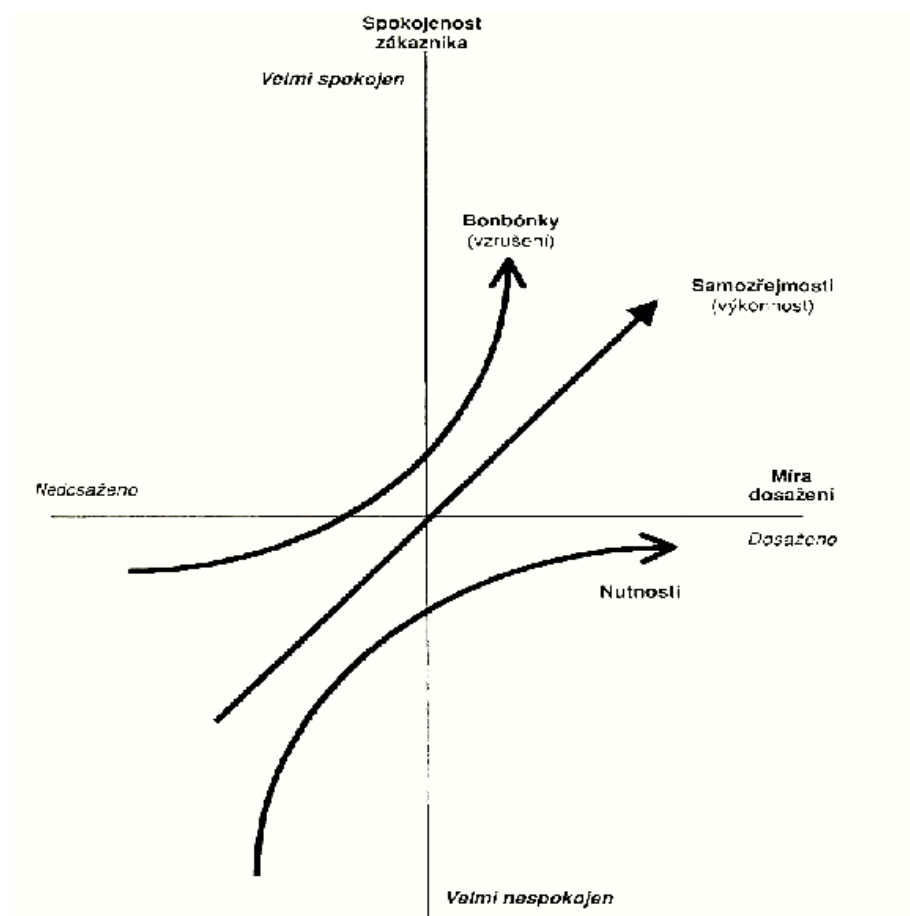
Požadavky ovlivňující míru spokojenosti zákazníka je problematika, kterou se zabýval Kano. Jeho model spokojenosti zákazníka ukazuje, že znaky spokojenosti lze pro každý výrobek nebo službu rozdělit do tří skupin ovlivňujících míru spokojenosti zákazníků. Jsou to tzv. [8]:

- **Bonbónky** – jedná se o malou skupinu požadavků, pro které je typické, že když je zákazník nedostane nebo nevyužije, nesníží to jeho skutečnou spokojenost. Pokud je však dostane, zažije stav příjemného potěšení nad tím, co mu bylo poskytnuto. Mají tedy nejsilnější vliv na spokojenost zákazníků.
- **Samozřejmosti** – velká skupina požadavků, která souvisí se splněním základních funkcí daného výrobku nebo služby.

- **Nutnosti** – malá skupina požadavků, jejichž nenaplnění vede k vysoké nespokojenosti a ke ztrátě zákazníků. Naproti tomu jejich plnění nemá výraznější vliv na spokojenost. Jedná se o základní kritéria produktu – např. legislativně stanovené požadavky.

Následující obrázek znázorňuje vztah mezi spokojeností zákazníka a mírou dosažení jeho požadavků.

Obr. 2.2: Kanův model spokojenosti zákazníka



Zdroj: [8]

2.5 MARKETINGOVÝ VÝZKUM

2.5.1 Charakteristika marketingového výzkumu

Marketingový výzkum je chápán jako „funkce, která spojuje spotřebitele, zákazníka, veřejnost s marketingovým pracovníkem prostřednictvím informací – informací užívaných k zjišťování a definování marketingových příležitostí a problémů, k tvorbě, zdokonalování a hodnocení marketingových akcí, monitorování marketingového úsilí a ke zlepšení pochopení marketingu jako procesu. Marketingový výzkum specifikuje požadované informace podle vhodnosti k řešení těchto problémů, vytváří metody pro sběr informací, řídí a uskutečňuje proces sběru dat, analyzuje výsledky a sděluje zjištěné poznatky a jejich důsledky“. [10, s. 13]

V oblasti služeb nebyl marketingový výzkum příliš používaným nástrojem. Hlavním důvodem byl fakt, že firmy poskytující služby jsou malé a z finančních důvodů si nemohly dovolit tento výzkum. Dalšími důvody byla údajná dokonalá znalost okruhu zákazníků a jejich potřeb, nehmotnost služby znemožňovala výzkumem zjistit názory zákazníků a v neposlední řadě také nedostatečné personální zajištění pro uskutečnění výzkumu. V současné době jsou už tyto názory překonány a pro většinu firem se stal marketingový výzkum běžnou záležitostí při rozhodování a chodu firmy. [12]

2.5.2 Metody marketingového výzkumu

Proces marketingového výzkumu se skládá z přípravné etapy a realizační etapy. **Přípravná etapa** zahrnuje definování problému a výzkumného cíle – součástí je stanovení hypotéz. Jedná se o nástroj, který rozkládá zkoumaný problém mezi dvě nebo více přesně definované proměnné. V kvantitativním výzkumu se hypotézy testují. Jde o stanovení pravděpodobnosti, s jakou daná hypotéza platí. V praxi se setkáváme s tím, že ne vždy je nutné dokázat, že stanovená hypotéza platí. Dále obsahuje orientační analýzu situace a plán výzkumného projektu. V této etapě je kladen důraz především na kvalitu práce a úroveň přípravy výzkumu. Na konci přípravné etapy je vypracován dokument, který shrnuje cíle, obsah, způsob tvorby, organizační zajištění, časový

harmonogram a finanční rozpočet. K **realizační etapě** patří sběr údajů, analýza údajů, interpretace výsledků výzkumu, závěrečná zpráva a její prezentace. Činnosti, které jsou vykonány v rámci této etapy, bezprostředně ovlivňují kvalitu dat získaných. Součástí etapy je také uchování primárních dat a průběžná kontrola. [3, 11]

2.5.3 Techniky marketingového dotazování

Jedná se o způsob sběru primárních dat, které umožňují zjistit názory, postoje a motivy lidí. Mezi základní techniky řadíme [3, 10]:

Dotazování – patří k nejrozšířenějším postupům marketingového výzkumu. Podstatou dotazování je kladení otázek respondentům. Jejich odpovědi jsou podkladem pro získání primárních informací, které jsou důležité pro vyhodnocení daného úkolu výzkumu. Dotazování probíhá formou písemnou, osobní, telefonickou a v poslední době také elektronickou.

- Písemné dotazování je nejvyužívanější formou dotazování. Zprostředkovává se pomocí dotazníků nebo ankety a rozhodnutí o vyplnění záleží na respondentovi. Náklady jsou v porovnání s ostatními typy nízké, avšak nevýhodou je nízká návratnost rozesílaných dotazníků.
- Osobní dotazování je založené na přímé komunikaci s respondentem. Výhodou je okamžitá zpětná vazba, vysoká spolehlivost získaných údajů a minimální množství nepochopených otázek. Toto dotazování má nejvyšší návratnost, jedná se však o finančně a časově velmi náročnou techniku.
- Telefonické dotazování je podobné osobnímu, jen chybí osobní kontakt. Hlavní výhodou je rychlost a relativně nízké náklady na jeden kontakt. Doba telefonického dotazování je o dost kratší než při osobním dotazování.
- Elektronické dotazování je zajišťováno prostřednictvím dotazníků, které jsou zasílány na e-mail nebo uložených na internetových stránkách. Mezi výhody patří rychlost při distribuci dotazníků a nízké náklady.

Experiment – u experimentální metody sledujeme vliv nezávisle proměnné na vliv závisle proměnné, a to v nově vytvořené situaci. Snahou je zachytit reakci na nově vzniklou situaci a hledání vysvětlení tohoto chování.

Pozorování – probíhá za nepřímého kontaktu mezi pozorovatelem a pozorovaným, pouze se eviduje jeho chování. Pozorování je časově náročné a používá se především v kombinaci s jinou metodou.

3 METODIKA SBĚRU DAT

V této kapitole jsem specifikovala cíle marketingového výzkumu, způsob sběru dat, vyhodnocení a časový harmonogram.

3.1 PŘÍPRAVNÁ FÁZE

3.1.1 Definování problému a cíle výzkumu

Cílem marketingového výzkumu je zjistit, jaká je spokojenost obyvatel se sportovním vyžitím ve Vsetíně. Práce je zaměřena na problematiku možností v oblasti sportovních aktivit, které město poskytuje svým občanům, zda ve městě občané něco postrádají, jaké sportovní aktivity by zde rádi uvítali z těch, které ve svém okolí nemají k dispozici, ale také problematikou faktorů, které ovlivňují občany při výběru sportovních aktivit. Na základě vyhodnocení marketingového výzkumu bylo mým úkolem navrhnout doporučení k dosažení vyšší spokojenosti občanů.

3.1.2 Plán marketingového výzkumu

- **Zdroje a typy informací:** Pro účely výzkumu byly využity jak sekundární, tak primární zdroje dat. Primární informace byly využity jako podklad k rozboru spokojenosti obyvatel se sportovním vyžitím ve městě. Primární data byla získána provedením vlastního výzkumu prostřednictvím dotazování vybraného souboru respondentů. Zdroji sekundárních informací byly internetové stránky Českého statistického úřadu – www.czso.cz, kde jsem čerpala informace k určení velikosti základního souboru a stránky města Vsetína – www.mestovsetin.cz, kde jsem čerpala data pro analýzu jednotlivých sportovišť.
- **Metoda výzkumu:** Pro sběr primárních dat byla zvolena metoda osobního a elektronického dotazování pomocí dotazníku, který se skládá ze 17-ti otázek, z nichž 14 se zaměřuje na danou tematiku a 3 jsou otázky identifikační. Metoda osobního dotazování byla zvolena záměrně, jelikož je

zde možnost upřesnit respondentům pokládané otázky, a zvýšit tak pravděpodobnost, že budou pochopeny správně a také pro vysokou návratnost. Dotazování osobní je však pořád ještě dost časově náročné, proto byla využita kombinace s jiným typem a tím bylo elektronické dotazování formou dotazníku s formulářovými prvky, zasílaných na e-maily. Výběr respondentů byl prováděn technikou vhodné příležitosti s využitím internetového serveru <http://profil.lide.cz> a <http://www.facebook.com/> pro získání e-mailů vsetínských občanů, na které byl dotazník zaslán.

- **Vzorek respondentů:** Základním souborem jsou občané města Vsetín. Věkové složení k 31. 12. 2008 činí 27 759 obyvatel, z nichž 13 240 (48 %) tvoří muži a 14 519 (52 %) tvoří ženy. Základní soubor budou tvořit občané města Vsetín ve věku od 15 let do 64 let (věková hranice byla zvolena na základě doporučení). Základní soubor představuje 19 710 obyvatel (k 31. 12. 2008). Jedná se o muže i ženy studující, pracující, nezaměstnané, osoby samostatně výdělečně činné, na mateřské dovolené a občany v důchodu. Velikost výběrového souboru bude 250 respondentů. Podle věku budou respondenti rozděleni do pěti kategorií.

3.1.3 Časový harmonogram

Pro svůj marketingový výzkum jsem si stanovila časový harmonogram, podle kterého jsem snažila řídit. Jednotlivé etapy primárního výzkumu z hlediska času uvádí tab. 3.1.

Tab. 3.1 Časový harmonogram výzkumu

ČINNOST	OBDOBÍ REALIZACE (MĚSÍC/ROK)			
	01/2010	02/2010	03/2010	04/2010
Plán výzkumu	✓			
Tvorba dotazníku	✓			
Pilotáž		✓		
Sběr dat		✓	✓	
Analýza dat			✓	
Vyhodnocení výsledků			✓	
Doporučení				✓

3.2 REALIZAČNÍ FÁZE

Předvýzkum proběhl v terénu na území města Vsetín na vzorku pěti respondentů ve dnech 2. 2. – 4. 2. 2010. Počet otázek po předvýzkumu zůstal nezměněn, pouze byl změněn slovosled některých otázek, aby došlo k jejímu lepšímu porozumění.

Realizace výzkumu osobním dotazováním formou tištěného dotazníku proběhla ve dnech 10. 2. – 14. 3. 2010 na území města Vsetín. Ve stejných dnech probíhalo rovněž elektronické dotazování výše popsaným způsobem. Celkem se podařilo získat 328 dotazníků. Vyřazeno bylo 78 dotazníků, z toho 12 nedostatečně vyplněných. Bylo dosaženo předem stanového počtu 250 respondentů. Poměr rozložení podle pohlaví: 50 % muži a 50 % ženy. Věkové kategorie byly zastoupeny rovnoměrně v rozmezí 15–24, 25–34, 35–44, 45–54, 55–64. [viz. příloha 3]

Obou použitých metod dotazování bylo využito přibližně ve stejné míře, zhruba polovina respondentů byla tedy získána dotazováním osobním, druhá polovina dotazováním elektronickým. Ke zpracování výsledků výzkumu byly použity programy Microsoft Excel a Microsoft Word.

Při vyplňování dotazníků nevznikly žádné vážnější problémy, jen v případě dotazníků vyplněných bez přítomnosti tazatele, zůstaly některé otázky nevyplněny a nemohly být tudíž použity pro výzkum.

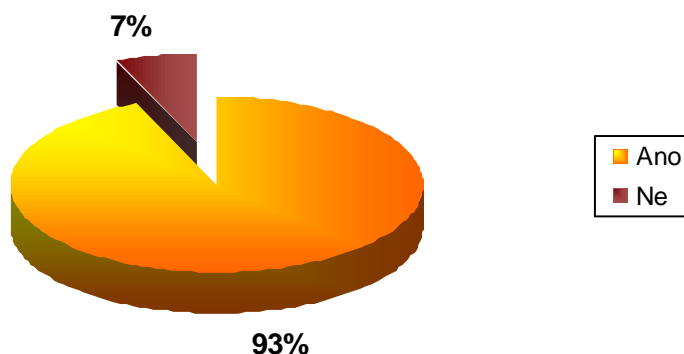
4 ANALÝZA SPOKOJENOSTI OBYVATEL

V následující analýze výsledků jsem vyhodnotila podrobně výsledky dotazníku. Díky tomuto marketingovému výzkumu budu schopna navrhnout či doporučit určité kroky, které mohou zvýšit spokojenost obyvatel se sportovním vyžitím ve městě.

4.1 VÝSLEDKY VÝZKUMU

Otázka č. 1: Cílem úvodní otázky bylo zjistit, jestli jsou nebo nejsou respondenti sportovně aktivní. Výzkum prokázal, že sport patří k oblíbeným činnostem mezi obyvateli Vsetína. Z výsledků výzkumu vyplývá, že se sportu věnuje 93 % obyvatel a pouze 7 % se sportovním aktivitám nevěnuje.

Graf 4.1: Provozujete ve Vsetíně nějaký sport?

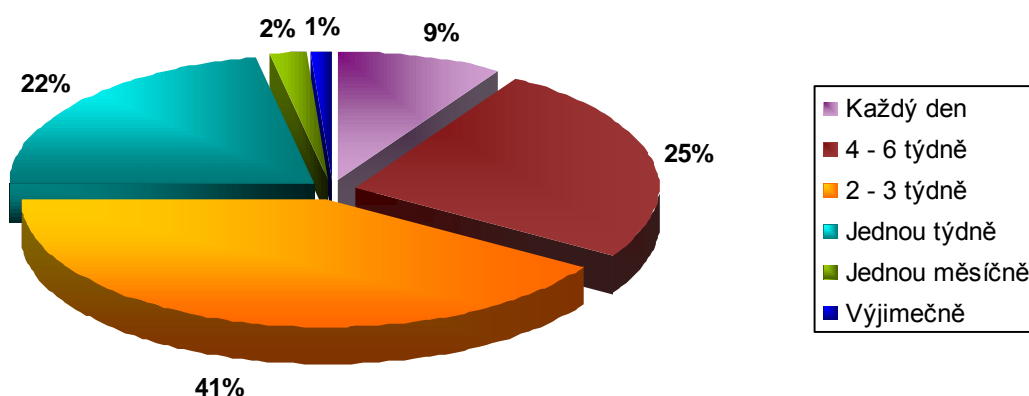


Ze sportovně aktivních respondentů se jedná o 94 % mužů a 91 % žen. Když se podíváme do jednotlivých věkových kategorií, nejvíce sportovně aktivních respondentů najdeme ve věkové kategorii 25–34 (97 %), následuje 35–44 (94 %), 45–54 (94 %), 15–25 (91 %) a nejméně zastoupená je nejvyšší věková hranice 55–64 (88 %).

Otázka č. 2: V této otázce jsem zjišťovala, jak často se respondenti věnují sportu. Z odpovědí na druhou otázku vyplynulo, že nejvíce respondentů se věnuje sportu 2–3 *týdně* a to 41 %, 4–6 *týdně* sportuje 25 %, *jednou týdně* 22 %, každý

den 9 %. Možnost *jednou měsíčně* uvedly 2 % respondentů a nejméně bylo uváděno *výjimečně* 1 %.

Graf 4.2: Jak často se sportu věnujete ?



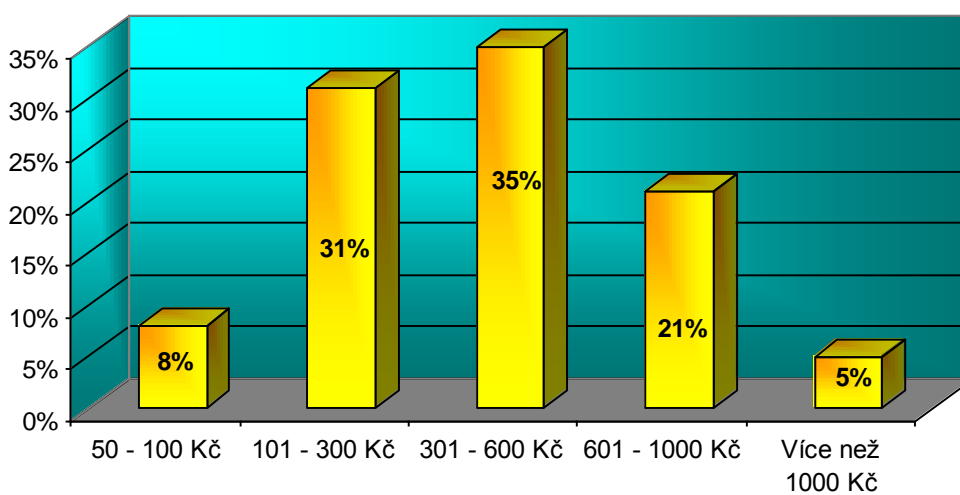
Při rozdělení odpovědí podle věku jde vidět, že sport provozuje *každý den* nejvíce respondentů ve věku od 25–34 let a stejně tak tomu je i u možnosti odpovědi *4–6 týdně*. Poměrně rovnoměrné rozložení se vyskytuje u odpovědi *2–3 týdně*. Věková skupina 55–64 uvedla nejčastěji, že sportují *jednou týdně*. Nejméně zastoupené byly odpovědi *výjimečně* a *jednou měsíčně*, nejvíce pak u věkových kategorií 45–54 a 55–64.

Tab. 4.1: Jak často se sportu věnujete, rozdělení podle věku

	15–24	25–34	35–44	45–54	55–64
Každý den	10 %	45 %	25 %	15 %	5 %
4–6 týdně	26 %	42 %	19 %	10 %	3 %
2–3 týdně	19 %	21 %	29 %	22 %	9 %
Jednou týdně	8 %	6 %	6 %	23 %	57 %
Jednou měsíčně	20 %	0 %	0 %	40 %	40 %
Výjimečně	50 %	0 %	0 %	0 %	50 %

Otázka č. 3: Následující otázka by měla ukázat, jaké jsou průměrné měsíční investice respondentů za sportování. Z výsledků vyplynulo, že nejvíce respondentů průměrně v měsíci utratí za sportování 301–600 Kč (35 %), možnost 101–300 Kč uvedlo 31 % respondentů, dále 601–1000 Kč (21 %), 50–100 Kč (8 %) a více než 1000 Kč dá za sportování 5 % respondentů.

Graf 4.3: Jak vysoké jsou Vaše průměrné měsíční výdaje za sportování?



V následující tabulce jsem porovнала průměrné měsíční výdaje respondenta s jeho četostí sportování. Dle mého očekávání vyplynulo, že se mezi těmito dvěma jevy projevuje závislost. Čím více se člověk sportu věnuje, tím jsou jeho průměrné výdaje za sportování vyšší. U příležitostného sportovce, tedy u sportovce, který se sportu věnuje jednou měsíčně nebo výjimečně nepřesáhnou měsíční výdaje 300 Kč za měsíc.

Tab. 4.2: Jak vysoké jsou Vaše průměrné měsíční výdaje za sportování, rozdělení podle častosti sportování

Častost sportování	Průměrné měsíční výdaje za sportování (v Kč)				
	50–100	101–300	301–600	601–1000	> 1000
Každý den	0 %	0 %	20 %	50 %	30 %
4–6 týdně	0 %	31 %	22 %	40 %	7 %
2–3 týdně	11 %	18 %	60 %	10 %	1 %
1× týdně	6 %	70 %	12 %	12 %	0 %
1× měsíčně	60 %	40 %	0 %	0 %	0 %
Výjimečně	100 %	0 %	0 %	0 %	0 %

Otázka č. 4: Cílem této otázky bylo zjistit, jestli si obyvatelé myslí, že je ve městě dostatečně velký počet sportovišť. Výsledek byl téměř rovnoměrný, 55 % respondentů uvedlo, že si myslí, že je ve městě dostatečně velký počet sportovišť, 45 % dotázaných uvedlo opak.

Pokud budeme sledovat odpovědi rozdělené na muže a ženy, je až překvapivé, že obě skupiny respondentů odpovídaly více méně stejně. Při rozdělení podle věku jsou nejvíce spokojeni s dosavadním stavem sportovišť obyvatelé věkové skupiny 35–44 (28 %). Naopak nejméně je spokojena věková skupina 25–34 (27 %).

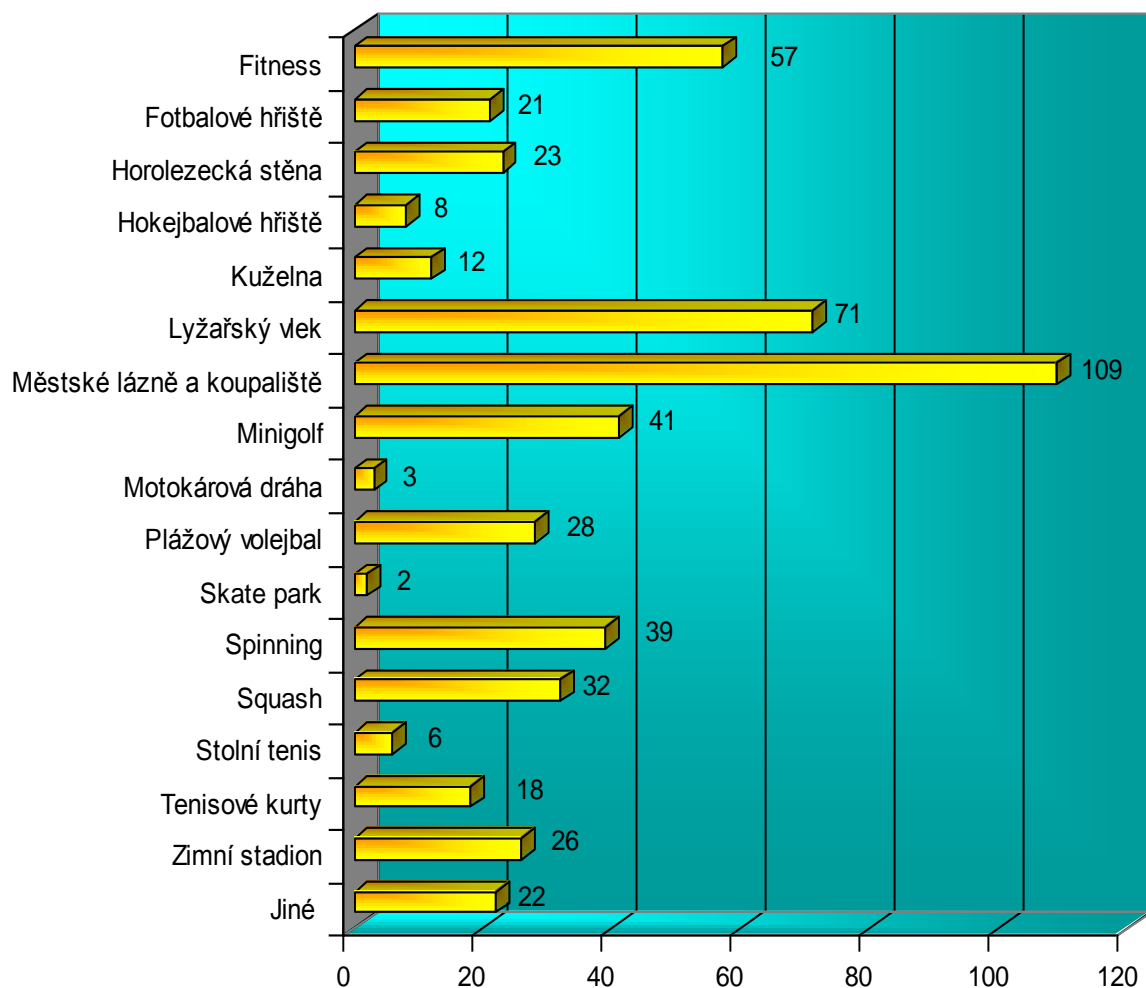
Tab. 4.3: Myslíte, že je ve Vsetíně dostatečně velký počet sportovišť, rozdělení podle věku

	15–24	25–34	35–44	45–54	55–64
Ano	12 %	22 %	28 %	20 %	18 %
Ne	25 %	27 %	11 %	17 %	20 %

Otázka č. 5: Otázka, ve které jsem zjišťovala, která sportoviště jsou nejvíce využívána. Respondent měl možnost označení více odpovědí, maximálně však tři. Na výběr měl 16 samostatných sportovišť, 4 víceúčelové zařízení a možnost uvést jiné sportoviště, které v nabídce nebyly. Nejvíce navštěvované jsou *městské lázně a koupaliště* (109 odpovědí), následuje *lyžařský vleč* (71), *fitness* (57),

minigolf (41), spinning (39), squash (32), plážový volejbal (28), zimní stadion (26), horolezecká stěna (23), jiné (22), fotbalové hřiště (21), tenisové kurty (18), kuželna (12), hokejbalové hřiště (8), stolní tenis (6), motokárová dráha (3), skate park (2).

Graf 4.4: Která sportoviště ve Vsetíně využíváte?

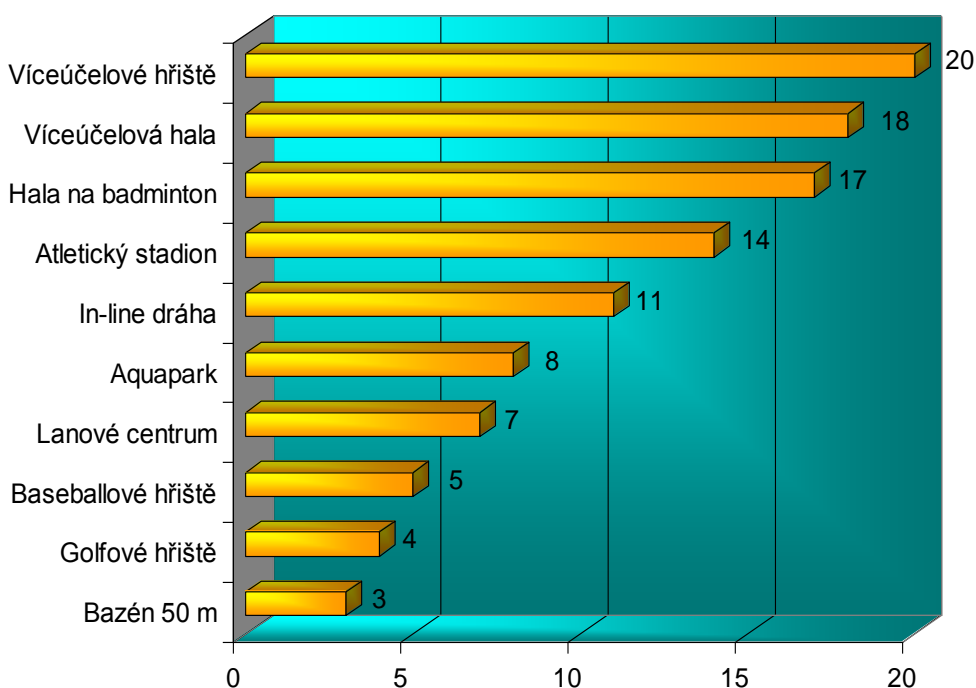


Víceúčelové zařízení jsem vyhodnotila samostatně. Mezi nejnavštěvovanější patří Fitness wellness centrum *Kohútek* (61), následuje *Sokolovna* (59), *Sportovní areál na Lapači* (26) a *Sport centrum Bobrky* (21).

Mezi další navštěvované sportoviště, které respondenti uváděli, patří: tělocvičny ZŠ (11), asfaltové cyklostezky (7), školní hřiště (2), běžecký ovál v Jasenicích (1), Alcedo (1).

Otázka č. 6: Tato otázka byla otevřená. Respondenti mohli napsat, které další sportoviště by ve městě uvítali. Na tuto otázku odpovědělo 40 % dotázaných, někteří uvedli i více sportovišť. V grafu 4.5 je zachyceno deset nejžádanějších sportovišť, která scházejí obyvatelům Vsetína. Další odpovědi byly uvedeny bez většího zastoupení. Jednalo se pak ještě o petanquovou dráhu, halu na plážový volejbal, power plate studio, bazén pro kojence, taneční studio, bobovou dráhu, bike park, paintbal, okruh pro běžecké lyžování, dostupnější lezeckou stěnu, trvalé natažení žíněnky pro judo (karate, aikido), otevřenou plocha pro bruslení se zabudovaným mrazícím systémem.

Graf 4.5: Sportoviště, která scházejí obyvatelům Vsetína



Otázka č. 7: Je zaměřena na sportovní kurzy a oddíly. Zjišťovala jsem, jak jsou respondenti, kteří navštěvují nějaký sportovní kurz či oddíl, spokojeni s jeho fungováním. V nabídce bylo 25 sportovních kurzů a oddílů, které jsou ve městě realizovány. Respondenti měli možnost označení více odpovědí. Většinou však respondenti označili možnost *žádné*, tedy věnují se sportu, ale nepatří do žádného klubu/oddílu. Tuto možnost označilo 63 % respondentů, 37 % pak uvedlo, že navštěvují sportovní kurz nebo oddíl, někteří uvedli i více možností. Některým sportovním kurzům a oddílům nebyla přidělena žádná odpověď, proto nejsou zahrnuty v následující tabulce.

Tab. 4.4: Spokojenost obyvatel Vsetína se sportovními kurzy a oddíly

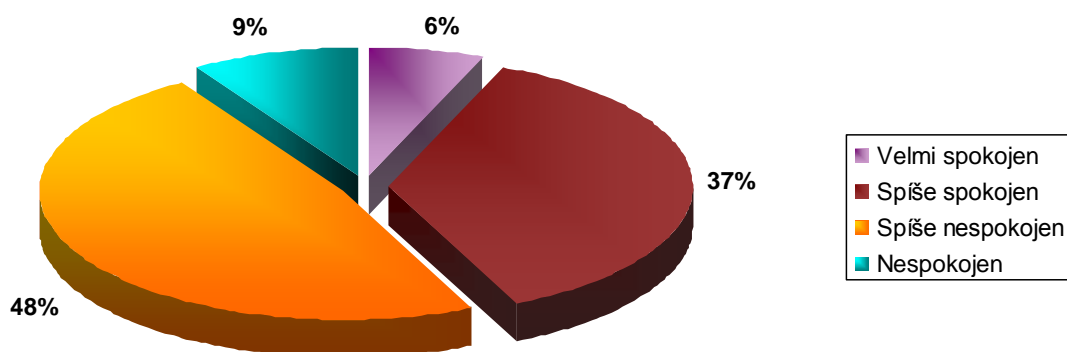
Spokojenost se sportovními kurzy a oddíly						
Sportovní kurz/oddíl	Návštěvnost (počet odpovědí)	Spokojen (1)	Spíše spokojen (2)	Spíše nespokojen (3)	Nespokojen (4)	Průměrná známka
Florbal	5	2	2	1	0	1,8
Fotbal	6	1	2	2	1	2,5
Hasičský sport	8	4	3	1	0	1,6
Hokej	4	0	1	1	2	3,2
Hokejbal	5	5	0	0	0	1,0
Horolezectví	7	2	2	2	1	2,3
Judo	5	2	2	1	0	1,8
Kuželky	2	1	1	0	0	1,5
Lyžování	7	1	4	2	0	2,1
Orientální tance	6	6	0	0	0	1,0
Pilates	6	2	4	0	0	1,7
Plavání	8	0	2	5	1	2,9
Squash	3	0	1	2	0	2,7
Tenis	7	1	5	1	0	2,0
Volejbal	17	6	9	2	0	1,8

Výsledky jsou však pouze informativní, jelikož se mi podařilo získat malý počet respondentů, kteří navštěvují sportovní oddíly nebo kurzy. Je však velmi příznivé, že některé dosáhly hodnocení 1,0 (hokejbalový oddíl a kurz orientálních tanců). Nejhuře ohodnoceny známkou byly hokejový oddíl (3,2) a plavecký oddíl (2,9), ale z vlastního pohledu soudím, že respondenti hodnotili spíše sportoviště, ve kterém se tréninky konají, než samotný průběh.

Otázka č. 8: Jedná se o další otevřenou otázku v dotazníku. Respondenti mohli uvést, které další kurzy či oddíly by ve Vsetíně uvítali. Tato otázka se nesečkala s velkým zájmem respondentů (19 %), ale i přesto některé návrhy stojí za zmínku. Na otázku odpovídaly většinou ženy a uvítaly by H.E.A.T program, což je skupinové aerobní cvičení pod vedením instruktora, za doprovodu hudby s vysokým energetickým výdejem. Mezi dalšími žádanými kurzy ženami se objevily: Capoeira (brazilský bojový tanec s akrobatický prvky doprovázený dobovou hudbou), Flexi-bar (cvičení s vibrační tyčí), Power Plate (cvičení s vibračními stroji), Latinsko-Americké tance, kurzy argentinského tanga, Aerobic rebound (aerobic na minitrampolínách), či plavecký výcvik pro kojence. U mužů se objevily tyto náměty: Kurz Kickboxu a boxu, Kung-fu a atletický oddíl. Odpovědi, které byly zastoupeny obojím pohlavím, byly: badmintonový oddíl, cyklistický oddíl, sportovní klub pro seniory, petanquový oddíl.

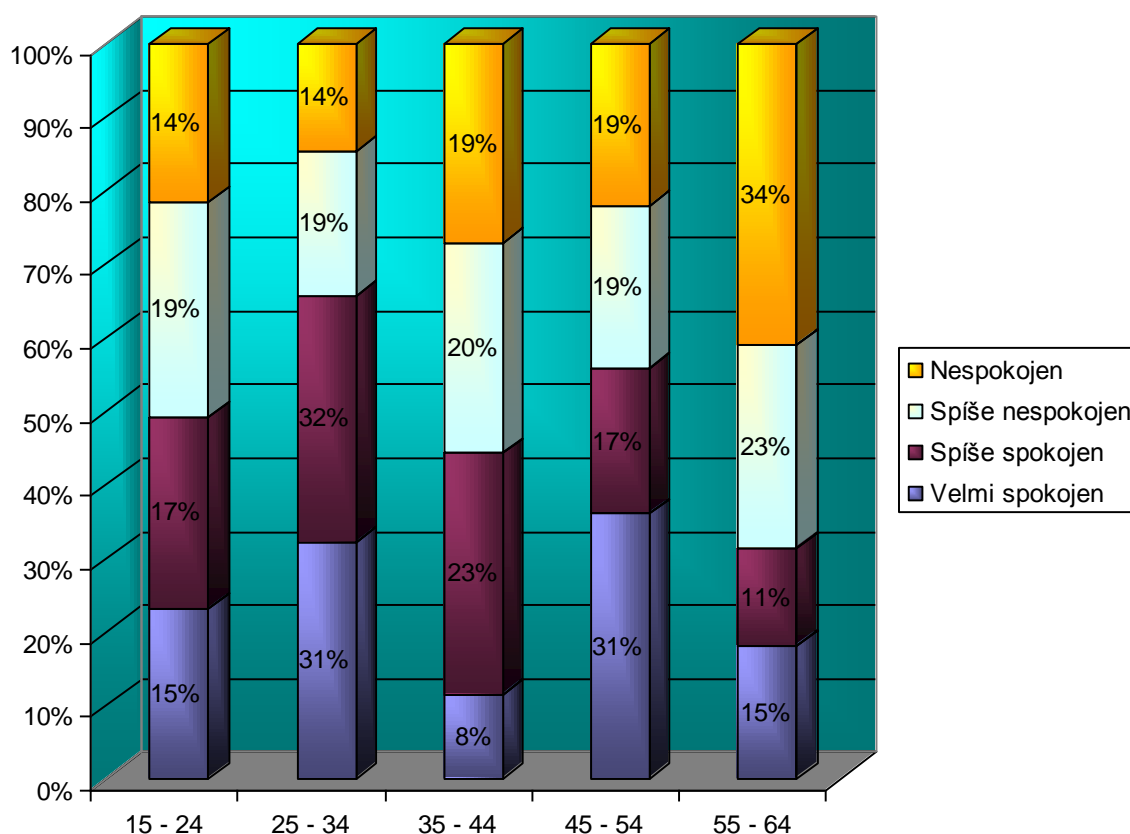
Otázka č. 9: V této otázce jsem přešla ke sportovním akcím, které jsou pořádány ve městě. Nejdříve jsem zjišťovala, jak jsou respondenti spokojeni s nabídkou sportovních akcí, které pořádá město. Bezmála polovina dotazovaných (48 %) uvedla, že je *spíše nespokojena* s nabídkou. Výrazná třetina (37 %) vyjádřila, že je *spíše spokojena* s nabídkou. *Nespokojeno* je 9 % respondentů a *velmi spokojeno* 6 %.

Graf 4.6: Jak jste spokojeni s nabídkou sportovních akcí pořádaných ve Vsetíně?



Rozdělením na věkové kategorie jde vidět, že se sportovními akcemi jsou nejvíce spokojeni respondenti ve věku 25–34 (31 %) a 45–43 (31 %) a nejméně respondenti věkové skupiny 55–64 (34 %).

Graf 4.7: Jak jste spokojeni s nabídkou sportovních akcí pořádaných ve Vsetíně, rozdělení podle věku



Otázka č. 10: Mým zájmem v ní bylo zjistit, jaká ze sportovních akcí konajících se ve městě, respondentů nejvíce zaujala. Více jak polovina (61 %) respondentů uvedla konkrétní příklad. Zbývajících 39 % si nevzpomnělo na žádnou akci.

Při rozdělení podle věku uvedla nejvíce *konkrétních sportovních akcí* věková skupina 35–44 (28 %). *Nevzpomínám si* označila nejčastěji věková skupina 55–64 (36 %).

Tab. 4.5: Napište název sportovní akce, která byla pořádána ve Vsetíně a která Vás nejvíce zaujala, rozdělení podle věku

	15–24	25–34	35–44	45–54	55–64
Uvedli konkrétní akci	17 %	25 %	28 %	22 %	8 %
Nevzpomínám si	19 %	22 %	9 %	14 %	36 %

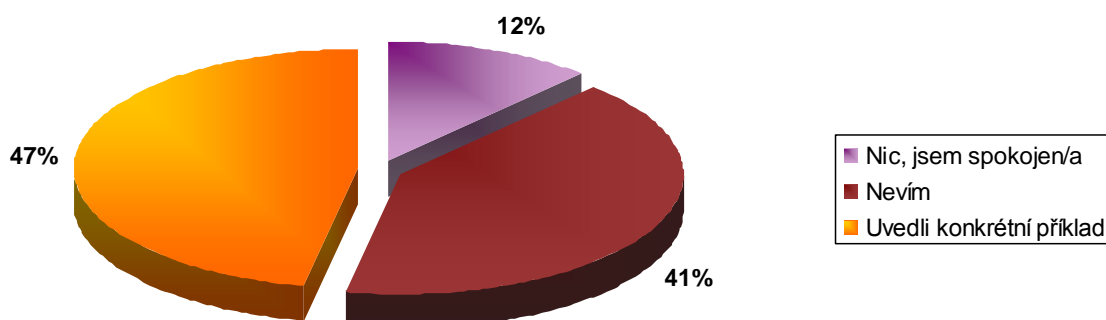
Konkrétně to byly nejvíce tyto akce: Běh pro zdraví, Valachiarun, Atletico 3D run, Valašská 50, In-line průjezd městem, Den zdraví, Barum rally, Valašský krpál, 50 km na lyžích po Valašsku, Zumba dance. Velmi často byly zmiňovány turnaje: Stoupa cup, Slivovicový turnaj, Streetball cup, Noční volejbalový turnaj. Ostatní akce získaly maximálně dvě odpovědi.

Otázka č. 11: Následující otázka navazuje na předchozí. Ptala jsem v ní, jestli se respondent zúčastnil akce, kterou jmenoval. Do zpracování byly zahrnuty pouze ty odpovědi, kdy v předchozí otázce respondent uvedl konkrétní příklad. Z uvedeného zjištění vyplývá, že se bez mála většina respondentů (95 %) akce *zúčastnila*. Pouze 5 % respondentů uvedlo konkrétní akci, které se však *nezúčastnili*.

Otázka č. 12: V této otázce mohli respondenti vyjádřit svůj názor a uvést konkrétní příklad sportovní akce, kterou by si přáli. Možnost využilo 47 % respondentů. Spokojenost s nabídkou vyjádřilo 12 % respondentů, kterým v nabídce sportovních akcí *nic nechybí*. Bez konkrétního komentáře a příkladu bylo 41 % odpovědí.

Při této souvislosti je zajímavé také porovnání odpovědí u těch respondentů, kteří nejsou spokojeni s nabídkou a přesto odpověděli *ne*.

Graf 4.8: Které sportovní akce byste ve Vsetíně rádi uvítali?



Odpovědi byly hodně odlišné. Mezi nejčastějšími byla zmíněna tato přání: více akcí pro in-line bruslaře, rozvoj tradice běžeckých závodů pro širokou veřejnost, triatlonový nebo duatlonový závod, více big air závodů, freestylové závody ve snowbordingu, maratón v aerobiku. Dále byla vyslovena přání ke konání amatérských turnajů a závodů a to především v tenise, squashu, badmintonu, ale také v orientačním běhu. Zmíněny byly také sportovní akce pro rodiny s dětmi a více akcí pro starší hráče.

Otázka č. 13: Konkrétní otázka s jednoznačnými odpověďmi se týkala propagace sportovních akcí. Jako *nedostatečnou* hodnotí propagaci 59 % respondentů. *Spokojeno* je 25 % a odpověď *nevím* zvolilo 16 % respondentů.

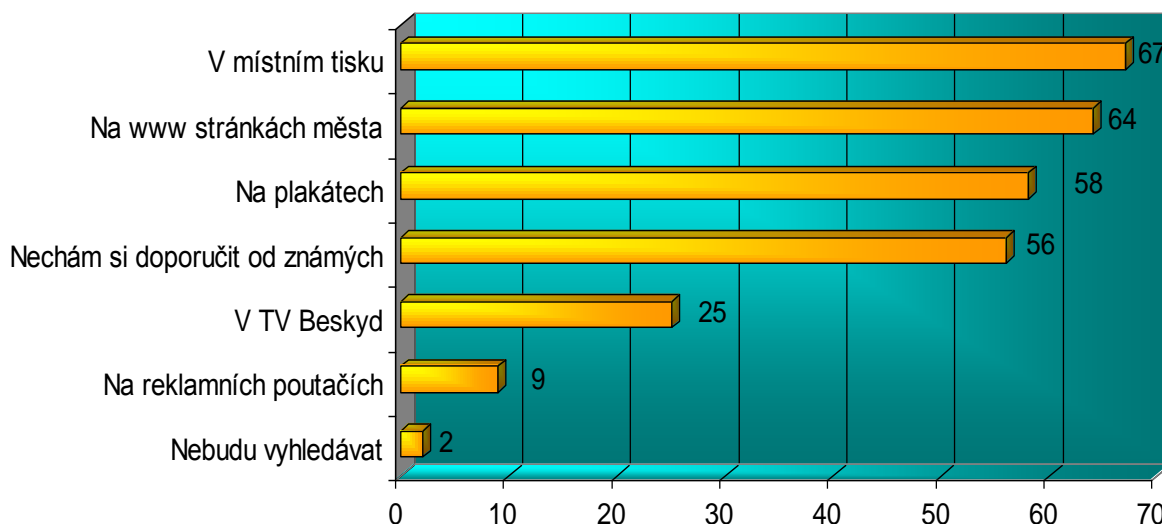
Srovnání odpovědí u otázek č. 9 a č. 11 potvrzuje odpovědi respondentů. Ti, kteří vyjádřili nespokojenost s nabídkou sportovních akcí, hodnotili propagaci sportovních akcí jako *nedostatečnou* (72 %). Respondenti, kteří vyjádřili spokojenost s nabídkou sportovních akcí, hodnotili propagaci naopak jako *dostatečnou* (80 %).

Tab. 4.6: Myslíte si, že jsou akce dostatečně propagovány, rozdělení podle spokojenosti/nespokojnosti s nabídkou

	Celkem	Velmi spokojen	Spíše spokojen	Spíše nespokojen	Nespokojen
Ano	25 %	15 %	80 %	3 %	2 %
Ne	59 %	1 %	14 %	72 %	13 %
Nevím	16 %	8 %	58 %	28 %	6 %

Otázka č. 14: Další z důležitých otázek dotazníku, ve které jsem se zajímala o to, kde respondenti budou nejčastěji hledat informace o připravovaných sportovních akcích. Počet odpovědí nebyl nijak omezen, avšak uvedené slovo „nejčastěji“ vedlo respondenty, ve většině případů k uvedení pouze jedné odpovědi. Otázka propagace je velmi stěžejní, protože se mnoho respondentů vyjádřilo v tom smyslu, že vlastně ani neví o žádné akci, protože to „nikde není a oni o tom nevědí“. Najít univerzální informační kanál, který by vyhověl všem, není jednoduché. Z vyhodnocení odpovědí vyplývá, že nejčastěji jako zdroj informací využívají respondenti *místní tisk* (67). To je dáno především tím, že ve Vsetíně je zdarma distribuován do každé schránky čtrnáctideník Vsetínské noviny, které přinášejí přehled jak kulturních, tak sportovních akcí. Téměř stejného počtu jako místní tisk dosáhly *www stránky města* (64), kde občané mohou nahlédnout do přehledu kulturních, společenských a sportovních akcí nebo přímo do kalendáře akcí, který je připravován pro každý kalendářní rok. Jak je vidět, důležitým zdrojem jsou také *plakáty*, které uvedlo 58 respondentů. *Od známých si nechá doporučit* sportovní akci 56 respondentů. Na pátém místě skončila *TV Beskyd* (25) a dále *reklamní poutače* (9). Pouze 2 respondenti uvedli, že informace *nebudou vyhledávat*.

Graf 4.9: Kde nejčastěji budete hledat informace o připravovaných sportovních akcích pořádaných ve Vsetíně?



Otázka č. 15: V závěru dotazníku byly položeny identifikační otázky. Celkem bylo zpracováno 250 dotazníků. Rozložení podle věku bylo nastaveno propočtem podle výsledků Českého statistického úřadu.

Tab. 4.7: Věk respondentů

		15–24	25–34	35–44	45–54	55–64
Celkem	250	18 %	23 %	20 %	19 %	20 %

Otázka č. 16: Druhá identifikační otázka se týkala ekonomické aktivity. Nejvíce respondentů je ve skupině zaměstnaných (52 %).

Tab. 4.8: Ekonomická aktivita

		Zaměstnaný	Nezaměstnaný	Student	Důchodce	Jiná
Celkem	250	52 %	20 %	16 %	10 %	2 %

Otázka č. 17: Poslední otázka se týkala pohlaví. Rozložení podle pohlaví bylo rovnoměrné (50 % : 50 %). Při srovnání podle pohlaví a ekonomickou aktivitou je rozdělení respondentů víceméně rovnoměrné.

Tab. 4.9: Rozdělení podle pohlaví a ekonomické aktivity

	Celkem	Zaměstnaný	Nezaměstnaný	Student	Důchodce	Jiná
Muž	50 %	56 %	17 %	12 %	13 %	2 %
Žena	50 %	49 %	22 %	19 %	7 %	3 %

4.2 SROVNÁNÍ CHYBĚJÍCÍCH SPORTOVIŠŤ

Na základě dotazníkového šetření jsem porovnála sportoviště, která jsou nejvíce žádané obyvateli Vsetína od 15 do 64 let s výsledkem Koncepce rozvoje sportu ve Vsetíně, kterou městu vypracovala Fakulta tělesné výchovy a sportu Univerzity Karlovy Praha. Koncepce je zaměřena na školní mládež, proto jsem porovnála děti druhého stupně základních škol a žáky prvního a druhého ročníku středních škol s mojí věkovou kategorií. V tabulce je uvedeno deset sportovišť, která v jednotlivých kategoriích patřila mezi první desítku chybějících sportovišť u každé jednotlivé věkové skupiny.

Tab. 4.10: Sportoviště, která chybějí dětem ZŠ, SŠ a obyvatelům věkové skupiny 15–64

Pořadí	ZŠ	SŠ	15–64
1.	Aquapark	Cyklostezky a další stezky	Víceúčelové hřiště
2.	Lanové centrum	Golfové hřiště	Víceúčelová hala
3.	Hřiště (včetně amerického fotbalu)	Fotbalové hřiště (veřejné fotbalové hřiště)	Hala na badminton
4.	Jízdárna	Taneční sál	Atletický stadion
5.	Basketbalové hřiště	Sportovní stadion, víceúčelová hala	In-line dráha
6.	Cyklostezky a další stezky	Paintbal	Aquapark
7.	Atletický stadion	Atletický stadion	Lanové centrum
8.	Travnaté hřiště	In-line dráha	Baseballové hřiště
9.	In-line dráha	Aquapark	Golfové hřiště
10.	Zimní stadion	Lezecká stěna	Bazén 50 m

Z tabulky je patrné, že nejvíce obyvatelé města postrádají aquapark, atletický stadion a in-line dráhu. Tyto tři sportoviště nalezneme ve všech třech kategoriích. Dvojnásobnou shodu jsem shledala u lanového centra, golfového hřiště, cyklostezky a víceúčelové haly.

5 NÁVRHY A DOPORUČENÍ

Na základě provedeného marketingového výzkumu a následné analýzy získaných informací jsem nyní práci zaměřila na tvorbu návrhů a doporučení. Při jejich tvorbě jsem vycházela z cíle diplomové práce a definovaného problému, také připojím vlastní postřehy, které jsem získala v průběhu výzkumu. Návrhy byly provedeny pro sportoviště, sportovní kurzy a oddíly a sportovní akce.

5.1 NÁVRHY PRO SOUČASNÉ SPORTOVIŠTĚ

Cyklotrasy

Vsetín se může pochlubit několika cyklotrasami v krásné krajině a především cyklostezkou Bečva. Avšak tyto cyklotrasy by mohly turistům nabídnout ještě více zážitků. Na trasách některých cyklotras jsou umístěny mapy, naučné tabule a altánky, které jsou však poničené. Tyto stavby by se měly pravidelně opravovat. Měly by turistům sloužit k odpočinku, proto by také měly nabízet pohodu a klid a ne pohled na zbořenou lavičku, pokreslenou mapu, či vyvrácenou naučnou tabuli. Pravidelné kontrole by také mělo podlehnout značení, aby turistům nemusel být nastolen pohled na značku ležící v trávě.

Cyklostezky využívá i hodně in-line bruslařů, proto bych doporučovala, vyřešit průjezd městem, aby se in-line bruslař dostal z cyklostezky vedoucí ze směru od Semetína na cyklostezku ve směru Janová. Na Ohradě u splavu bych umístila lavičky, které by mohly posloužit jako odpočinkové místo.

Lyžařský svah

V posledních letech se lyžařský svah setkává s nedostatkem lyžařů. Příčinou je počasí a především nárůst konkurence. Čelit konkurenci zahraničním, ale i větším českým střediskům rozhodně není jednoduché. Proto by mělo dojít k rozšíření nabídky služeb. Areál by měl nabídnout něco víc než jen možnost lyžovat. Lidé do hor nejezdí pouze za kvalitní možností lyžování, ale chtějí se bavit a patřičně si užít volného času. Zábavné atrakce jsou služby, které v nabídce

vsetínského lyžařského vleku nenajdeme. Proto bych doporučovala zvážení možnosti rozšíření provozu o některou z těchto atrakcí:

- Snowtubing: jedna z moderních atrakcí, která na území České republiky dosáhla největšího rozmachu. Jedná se o jízdu na speciálních nafukovacích duších v upravených tobogánech.
- Snowbungeekayaking: jízda na kajaku dolů ze svahu. Přitom je člověk přivázán pružným lanem, kterého zhruba po 200 m bezpečně zastaví.
- Snowbungeerafting: je podobný normálnímu raftingu na vodě, jen místo divoké řeky se sjíždí zasněžený svah.
- Snowtrampoline: velká trampolína, na které se dá jen tak skákat, vyzkoušet si obraty, salta, či skok do závěje.
- Sáňkařská či bobová dráha.

Po rozmachu snowboardingu vzniká potřeba uspokojit i tyto návštěvníky. Ve snowparku by mělo docházet k rozšíření nabídky. Rampy, bedny a skokánky, by měly být každoročně doplněny o nějakou novou překážku. Snowpark nemusí být jen pro snowboardisty, ale na své přijdou také freestyloví lyžaři a především dochází k omezení kontaktu s lyžaři na sjezdovkách.

Dalším návrhem by bylo zavedení skibusů s pravidelným rozvozem na ranní, odpolední a večerní lyžování. Toho by především mohly o víkendu využít děti, pro které by 2,5 km cesta z centra města do střediska, mohla být překážkou.

Podstatným nedostatkem areálu je nevyhovující sociální zařízení. K realizaci tohoto návrhu je však zapotřebí dokončit připojení k vodovodnímu potrubí, které je sice vybudováno, ale ukončeno 200 metrů před areálem.

Kromě služeb bych navrhovala slevy, např. pro seniory při předložení občanského průkazu, pro studenty, po předložení průkazu ISIC, nebo pro skupiny nad 10 a více osob.

Sokolovna

Vsetínská Sokolovna byla postavena v roce 1929. Za dobu své působnosti zde byly provedeny úpravy, ale vzhledem k současné době nepůsobí moderně. Proto je mým návrhem finančně náročnější opatření, kterým je modernizace. Zaměřila bych se především na prostory šaten a sociálního zařízení včetně sprch. V samotných sálech bych vyměnila parketovou podlahu, která je kluzká. Dále bych aktuální rozpis cvičení umístila na internetové stránky města, nebo alespoň na stránky Sokolovny. Začínající sportovci či turisté, kteří budou chtít navštívit cvičení typu aerobik, bodystyling, tae-bo, power jóga, budou těžce hledat, kde a kdy se tyto aktivity provozují.

Venkovní hřiště, jenž přísluší Sokolovně, bych doporučila uměle osvětlit, aby se tak dalo pokračovat ve hře i po setmění. Také by nebylo od věci vyměnit antukový povrch, ze kterého se práší, za umělý povrch.

Zimní stadion

Výstavba zimního stadionu začala od roku 1966 a konečná dostavba byla dokončena v roce 1985. V poslední letech stadion prochází částečnými rekonstrukcemi. Avšak vybavení kabin a sociálního zařízení pro mládež je v katastrofálním stavu. Navrhovala bych v další fázi zaměřit se na tuhle nevyhovující problematiku.

Dále bych pak rozšířila nabídku bruslení pro veřejnost, na kterou bylo taky v marketingovém průzkumu poukazováno. Jednou do týdne a jen o víkendu, je málo. Zařadila bych alespoň ještě jednu hodinu přes týden, nejlépe dvě, tak aby byla jedna dopoledne a jedna odpoledne.

5.2 NÁVRHY NOVÝCH SPORTOVIŠT

Mezi nejčastěji uváděnými sportovišti, které by občané ve městě uvítali, byly: aquapark, atletický stadion, baseballové hřiště, bazén 50 m golfové hřiště, hala na badminton, in-line dráha, lanové centrum, víceúčelová hala a víceúčelové hřiště.

Zde bych se ráda zaměřila na návrhy sportovišť, které nejsou až tak nákladná. Navíc město v letošním roce vytvořilo několik návrhů na vybudování víceúčelové haly a víceúčelového hřiště. Obyvatelé si přáli, aby se tyto sportoviště nacházely v centru města, v čemž vidím jako velký problém především to, že je ve městě nedostatek prostoru. Jediné možné řešení je zmiňovaný návrh na Smetanově ulici v blízkosti polikliniky. Dalším návrhem by byl prostor před zimním stadionem, kde v současné době sídlí chovatelé zvířat.

Další problémovou výstavbou je aquapark a bazén o délce 50 m. Jednak je složité hledat volnou plochu co nejbližší centru města, ale také v případě venkovní výstavby klimatické podmínky, které by v nepříznivém počasí odradily návštěvníky a tak by byl ohrožen chod aquaparku. Myslím, že toto chybějící sportoviště, by alespoň částečně vyřešila plánovaná, avšak nezrealizovaná rekonstrukce venkovního koupaliště u Střední průmyslové školy strojnické. Výstavba vodních atrakcí a atrakcí okolo bazénu v podobě dětských skluzavek, houpaček, či plážového volejbalu, by tak mohla připomínat aquapark.

Stejně tak vidím problém i s vybudováním atletického stadionu s tartanovým povrchem. Jediným příznivým místem je ovál na Ohradě, na který již byla vyslovena řada návrhů a vše zůstává otázkou času.

Navrhovala bych však výstavbu **lanového centra**. Na jeho výstavbu není zapotřebí mnoho prostoru, stačí pár stromů, nebo zaražení kůlů do země. Lanový park postavený na kůlech má tu výhodu, že jej lze postavit téměř kdekoli, je velmi atraktivní a má dlouhou životnost. Cena lanového parku o šesti kůlech se pohybuje kolem 900 000 Kč. Lanový park na stromech je cenově dostupnější, ale dá se stavět jen na jednu sezónu. Cena lanového parku na stromech závisí

na mnoha faktorech, ale průměrná cena za překážku se pohybuje od 37 000 Kč. Atraktivní lokalitou pro výstavbu lanového centra by mohl být park na Trávníkách v blízkosti minigolfového hřiště. Lanové překážky by tak mohly využívat obyvatelé města, školy, ale také by mohly přilákat turisty. Provoz lanového centra je možný téměř za každého počasí kromě námrazy a bouřky. Také není zapotřebí mnoho zaměstnanců, stačí vyškolený instruktor, údržbář a pokladní.

Kromě lanového centra přichází v úvahu také **in-line dráha**. Tu bych situovala do místa současného škvárového hřiště vedle školy Kostka. Dráha by byla oválná a vyrobená z kvalitního jemnozrnného asfaltu. U dráhy bych navrhovala vybudovat přístřešek s lavičkami pro přezouvání bruslařů, k němuž bych přistavila dvě fontánky s přívodem pitné vody. Prostor bych opatřila umělým osvětlením, aby se zde dalo bruslit i ve večerních hodinách. Časem by se mohla zabudovat časomíra a ovál by mohl sloužit k veřejným závodům. Uvnitř dráhy by se vzniklý prostor mohl využít jako univerzální hřiště pro míčové hry s umělým povrchem. In-line dráhu by zajisté využili jak děti, tak dospělí. Také by sportoviště mohlo být zahrnuto do výuky tělesné výchovy. V zimním období by dráha mohla být využita běžeckými lyžaři. Možná investice do zakoupení sněžného děla by v nepříznivých klimatických podmínkách zajisté uspokojila vyznavače tohoto sportu. Na oválu by se strojově vytvořila krajní stopa, která by sloužila pro klasický styl a zbylá plocha by mohla sloužit pro volný styl (bruslení).

5.3 NÁVRHY NOVÝCH KURZŮ A ODDÍLŮ

I přesto, že Vsetín nepatří k velkým městům, mohou si obyvatelé vybrat z velmi široké nabídky sportovních aktivit, kurzů a oddílů. Průzkum tento fakt potvrdil. Pouze 19 % respondentů by uvítalo další sportovní kurzy či oddíly. Mezi poptávanými se objevily tyto kurzy: H.E.A.T program, Capoeira, Flexi-bar, Power Plate, Latinsko-Americké tance, Aerobic rebound, Kick box, Box, Kung-fu a plavecký výcvik pro kojence. Většinu uvedených kurzů by bylo možné provozovat na současných sportovištích. V případě, že by se ve Vsetíně nenašli vhodní cvičitelé (instruktoři) k těmto kurzům, navrhla bych požádat cvičitelé z jiných měst o spolupráci a pomoc při zakládání nových kurzů ve Vsetíně.

Chybějícími oddíly byly: badmintonový oddíl, cyklistický oddíl, atletický oddíl, sportovní klub pro seniory a petanquový oddíl. V přehledu o působnosti sportovních oddílů ve městě Vsetín dva z nich nalezneme. Badmintonový a cyklistický oddíl. Oba se však zaměřují především na mládež, proto bych navrhovala rozšíření stávajících oddílů, kde by své schopnosti mohli rozvíjet také dospělí nebo vytvoření nových oddílů.

5.4 NÁVRHY NOVÝCH SPORTOVNÍCH AKCÍ

Vsetín je velmi příhodným místem pro pořádání sportovních i kulturních akcí, neboť má dostatek ubytovací kapacity a leží v krásné krajině. Každoročně jsou pořádány sportovní přehlídky, závody a přátelská utkání. Je zde však stále prostor pro více sportovních akcí. Také obyvatelé v dotazníkovém šetření nejčastěji uváděli nespokojenost se současnou nabídkou sportovních akcí. Nejčastěji uváděné akce, na které si respondenti vzpomněli, byly akce běžecké. Valachiarun, Atletico 3D run a Běh pro zdraví. Proto bych doporučovala pokračovat dále v konání a rozvoji těchto běžeckých závodů pro širokou veřejnost. Ženy postrádají aerobiový maratón a také cvičení o víkendu. Kromě uspořádání aerobiového maratónu by mohly především zimní víkendy naplnit sportovní dopoledne či odpoledne, které by byly věnovány vyhledávaným kurzům (H.E.A.T program, Capoeira, Flexi-bar, Zumba dance, apod.). Každá sobota by byla patřila jinému aerobnímu cvičení. V letních měsících by se některé z cvičení mohlo uskutečnit venku. Jako součást cvičení bych navrhovala hlídání dětí, kde by i pro ně byly připraveny pohybové aktivity. U mužů se nejčastěji vyskytovala odpověď, ve které postrádají více akcí na in-linech bruslích. Tento požadavek by mohl být naplněn po vybudování in-line dráhy. Další náplní především víkendových akcí by mohly být častěji pořádané amatérské turnaje, např. v tenise, squashi, ricochetu, badmintonu, ale také třeba v minigolfu, či petanque.

5.5 NÁVRHY PRO KOMUNIKACI

Z marketingového výzkumu vyplynulo, že více jak polovina (59 %) není spokojena s propagací sportovních akcí. Informace o akcích jsou dostupné v různých podobách (na plakátech, reklamních poutačích, internetových stránkách města, v místním tisku, v TV Beskyd), je tedy těžké najít nějaký nový komunikační nástroj. Nejvíce respondentů čerpá informace z místního tisku, proto bych doporučila do čtrnáctideníku Vsetínské noviny, které dostávají občané zdarma do schránky, do rubriky „Kam za sportem“ dostat co nejvíce informací o připravovaných akcích. Také by se dalo využít placené tiskoviny a v týdeníku Jalovec vytvořit speciální rubriku, kde by se občané dočetli o sportovních akcích. Akce se tam vyskytují v nepřehledném celku. Vytvoření podobné rubriky jaká je vytvořena pro kulturu, by bylo ideálním řešením. Navíc by se čtenář dozvěděl o sportovních akcích nejen ve Vsetíně, ale také ve Valašském Meziříčí, Rožnově pod Radhoštěm a okolních obcích. Dalším často využívaným zdrojem jsou internetové stránky a vyhledání informací na plakátech. Hodně respondentů navštíví sportovní akci po kladných referencích od známých. Je to ta nejlepší reklama a v nevelkém městě rychle šířitelná. Pokračovala bych také v umísťování informací do regionálního zpravodajství TV Beskyd, kterého zatím sportující občané využívají málo, ale v budoucnu, až bude rozšířen do všech domácností, by tento způsob mohl být využíván častěji. Jako zdrojem informací by se také mohla stát informační tabule umístěná na frekventovaném místě ve městě, která by byla vyčleněna pro tyto účely a kde by se pravidelně vyskytovaly aktuální sportovní akce.

ZÁVĚR

Cílem mé diplomové práce bylo zjistit, jak jsou obyvatelé Vsetína spokojeni se sportovním vyžitím ve městě. Tento cíl byl splněn prostřednictvím marketingového výzkumu, na jehož základě jsem provedla analýzu výsledků a navrhla určitá doporučení na zlepšení sportovního vyžití ve městě.

V teoretické části diplomové práce jsem shromáždila východiska týkající se daného tématu, přičemž jsem se zmínila o samotném městě Vsetín a snažila se poukázat na specifika v oblasti spokojenosti zákazníka.

V praktické části jsem naplánovala a provedla marketingový výzkum zaměřený na zjištění požadavků na zlepšení sportovního vyžití, a na to, jaké by obyvatelé města přivítali nové sportoviště, sportovní kurzy a oddíly nebo sportovní akce. Vzorek respondentů byl celkem tvořen 250 obyvateli města Vsetín. Výsledky jednotlivých odpovědí jsem analyzovala a následně i graficky zpracovala.

Na základě marketingového výzkumu a vlastních postřehů, které jsem získala během šetření, jsem vypracovala řadu návrhů a doporučení. Celá práce ukazuje, že Vsetín nabízí svým obyvatelům mnoho sportovních příležitostí, což potvrzuje i kladné hodnocení obyvatel zjištěné výzkumem. Přestože byli obyvatelé spokojeni se sportovním vyžitím ve městě, objevily se i požadavky na výstavbu nových sportovišť, nové sportovní kurzy, oddíly a sportovní akce. Z chybějících sportovišť navrhuji výstavbu lanového centra a in-line dráhu. Za stěžejní doporučení považuji také zlepšení marketingové komunikace především při propagaci sportovních akcí.

Věřím, že zjištěné skutečnosti, vypracované návrhy a doporučení umožní městu zkvalitnění a rozšíření nabízeného množství sportovního vyžití a vše povede k větší spokojenosti místních obyvatel, ale také k přilákání více turistů do tohoto města ležícího v srdci Valašska.

Seznam použité literatury

Knihy

- [1] DOLEČEK, J. *ZLÍNSKÝ KRAJ města a obce zlínského kraje*. 1. vyd. Rožnov pod Radhoštěm: Proxima Bohemia, 2003. 303 s.
- [2] DURDOVÁ, I. *Základní aspekty sportovního marketingu*. 1. vyd. Ostrava: VŠB-TU Ostrava, 2005. 88 s. ISBN 80-248-0827-7.
- [3] FORET, M.; STÁVKOVÁ, J. *Marketingový výzkum: Jak poznávat své zákazníky*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2003. 160 s. ISBN 80-247-0385-8.
- [4] CHALUPSKÝ, V. *Marketingový audit spokojenosti zákazníků*. Brno: Vutium, 2001. 45 s. ISBN 80-214-2005-7.
- [5] KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. *Marketing*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2004. 856 s. ISBN 80-247-0513-3.
- [6] KOTLER, P. *Marketing management*. 3. vyd. Praha: Victoria Publishing a. s., 1997. 789 s. ISBN 80-85605-08-2.
- [7] KOZEL, R. *Moderní marketingový výzkum*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2006. 280 s. ISBN 80-247-0966-X.
- [8] NENADÁL, J. *Měření v systémech managementu jakosti*. 2. vyd. Praha: Management Press, 2004. 335 s. ISBN 80-7261-110-0.
- [9] NOVÝ, I.; PETZOLD, J. *(Ne)spokojený zákazník – náš cíl?!* 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2006. 160 s. ISBN 80-247-1321-7.
- [10] PŘIBOVÁ, M. *Marketingový výzkum v praxi*. 1. vyd. Praha: Idea Servis, 1996. 248 s. ISBN 80-7169-299-9.

- [11] SURYNEK, A.; KOMÁRKOVÁ R.; KAŠPAROVÁ E. *Základy sociologického výzkumu*. 1. vyd. Praha: Management Press, 2001. 160 s. ISBN 80-7261-038-4.
- [12] VAŠTÍKOVÁ, M. *Marketing služeb – efektivně a moderně*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. 232 s. ISBN 978-80-247-2721-9.

Internetové zdroje

- [13] http://www.alcedo.tym.cz/krouzky_0910.pdf (25.1.2010)
- [14] <http://www.dkvssetin.cz/clanky/22-tanecni-a-pohybove> (25.1.2010)
- [15] <http://www.czso.cz/> (3.12.2009)
- [16] <http://www.edieteam.cz/> (24.1.2010)
- [17] <http://fcvsetin.cz/> (24.1.2010)
- [18] http://www.hbcvsetin.cz/pages/main.php?page=middle_page (24.1.2010)
- [19] <http://www.hc-vsetin.cz/> (24.1.2010)
- [20] <http://www.ho-vsetin.com/> (23.3.2010)
- [21] <http://www.jasenka.cz/> (26.1.2010)
- [22] <http://www.judovsetin.webzdarma.cz/> (24.1.2010)
- [23] <http://www.kohutek.cz/> (26.1.2010)
- [24] <http://www.laznevsetin.cz/> (26.1.2010)
- [25] <http://www.mestovsetin.cz/> (3.12.2009)
- [26] <http://www.mestovsetin.cz/sport.asp?p1=6519> (25.2.2010)
- [27] <http://www.nohejbal-vsetin.cz/> (24.1.2010)
- [28] <http://orientklub.wz.cz/> (8.4.2010)
- [29] <http://www.roznov.cz/cyklostezka-becva> (26.1.2010)
- [30] <http://sokolvsetin.org/> (24.1.2010)
- [31] <http://www.tj-zbrojovka.cz/> (24.1.2010)
- [32] <http://www.tjvs.estranky.cz/> (24.1.2010)
- [33] <http://www.valassko-hornovsacko.cz/cs/sport/sportovni-zarizeni/> (26.1.2010)
- [34] <http://vsetinskasportovni.cz/2-hk-vsetin-zeny> (8.4.2010)
- [35] <http://www.ycmez.rsvsetin.net/> (8.4.2010)

- [36] Koncepce rozvoje sportu ve Vsetíně [online]. 2009 [cit. 2010-07-01].
Dostupná z WWW:<http://www.mestovsetin.cz/VismoOnline_ActionScripts/File.aspx?id_org=18676&id_dokumenty=487159>

Jiné zdroje

- [37] Informační materiály Infocentra města Vsetín
- [38] MATUŠŮ, J.; ŽŮREK, J.; STEJSKALOVÁ, E. *Nestátní neziskové organizace ve Vsetíně*. Vsetínské noviny – čtrnáctideník města Vsetína, 2010, č. 5, s. 5.

Seznam zkratek

aj.	a jiný
apod.	a podobně
atd.	a tak dále
č.	číslo
ČASQ	Česká asociace squashe
ČSÚ	Český statistický úřad
FC	fotbalový klub
FIS	Mezinárodní lyžařská federace
ha	hektar
CHKO	Chráněná krajinná oblast
kč	koruna česká
km	kilometr
m	metr
m.n.m	metry nad mořem
MTB	Mountain bike
např.	například
NHL	Národní hokejová liga
obr.	obrázek
o. s.	občanské sdružení
SERQUAL	Service Quality
SK	sportovní klub
SŠ	střední škola
SWOT	analýza silných a slabých stránek, ohrožení a příležitostí
tab.	tabulka
TJ	tělovýchovná jednota
TV	televize
tzn.	to znamená
tzv.	tak zvaný
VK	volejbalový klub
www	world wide web
ZŠ	základní škola

Prohlášení o využití výsledků diplomové práce

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, diplomovou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že diplomová práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího diplomové práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o diplomové práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, diplomovou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne

.....
jméno a příjmení studenta

Adresa trvalého pobytu studenta:

.....

Seznam příloh

Příloha č. 1:	Dotazník
Příloha č. 2:	Věkové složení obyvatelstva podle pohlaví, jednotek věku
Příloha č. 3:	Výpočet jednotlivých věkových skupin